



Revista Arbitrada Venezolana
del Núcleo Costa Oriental del Lago



Impacto *Científico*

Universidad del Zulia

Junio 2017
Vol. 12 N° 1

ppi 201502ZU4641
Esta publicación científica en formato digital
es continuidad de la revista impresa
Depósito Legal: pp 200602ZU2811 / ISSN:1836-5042

La interactividad en los cibermedios zulianos

Adonis Marcano Domínguez

*Universidad del Zulia. Núcleo Costa Oriental del Lago
amarcano@col.luz.edu.ve*

Resumen

La investigación tiene como objetivo general conocer el proceso de interactividad presente en los cibermedios existentes en la región zuliana, en Venezuela. En el marco de la comunicación digital, el término cibermedio se emplea para englobar aquellos que incluyen audio, texto y video en una misma página web, haciendo que los usuarios se adapten a estos soportes y puedan tener el control de lo que leen. El cibermedio ha facilitado al receptor convertirse en emisor y receptor, accediendo a diferentes formatos y públicos a los que la prensa escrita jamás hubiera pensado. Para la investigación se han considerado los trabajos de Linares y col. (2015), Orejuela (2015), Cebrián (2009) y Rost (2006), entre otros, relacionados con interactividad, mientras que los temas afines con cibermedios fueron aportados por Prieto y Farías (2006), Cely (2006). Salaverría (2005) y Montiel (2000). La investigación fue de tipo exploratoria y descriptiva, para la recolección de datos, se aplicó una ficha de observación dirigida a seis medios electrónicos de la región zuliana (tres inmigrantes y tres nativos digitales), se determinó que estos presentan interactividad selectiva pero carecen de otras herramientas que les permita relacionarse dentro y fuera del mismo. Los cibermedios nativos no poseen de una presentación que cautive al consumidor, mientras que los inmigrantes ofrecen una mayor variedad pero mantienen un lenguaje convencional, por lo que corren el riesgo de perder audiencia si no toman los correctivos pertinentes.

Palabras clave: cibermedios; interactividad; comunicación; Internet.

Interactivity in zulian cyber media

Abstract

The research has as general objective to know the process of interactivity present in cybermedia existing in the Zulian region, in Venezuela. In the context of digital communication, the term cybermedia is used to encompass those that include audio; text and video on a single web page, making users adapt to these media and can have control of what they read. Cybermedia has facilitated the receiver to become an issuer and receiver, accessing different formats and audiences that the print media would never have thought of. For the investigation the work of Linares et al. (2015), Orejuela (2015), Cebrián (2009) y Rost (2006), among others, related to interactivity, while related issues with cybermedia were provided by Prieto y Farias (2006), Cely (2006), Salaverria (2005) and Montiel (2000). The research was an exploratory and descriptive one, for data collection, an observation sheet was applied to six electronic media of the Zulian region (three immigrants and three digital natives), they were identified as having selective interactivity but lacking other Tools that allow them to interact in and out of it. Native cybermedia does not have a captivating presentation to the consumer, while immigrants offer more variety but maintain a conventional language, so they run the risk of losing a hearing if they do not take appropriate corrective action.

Keywords: cybermedia; interactivity; communication; Internet.

Introducción

La comunicación ha jugado un papel transcendental en los importantes procesos de cambio en los cuales se ha visto inmersa la sociedad mundial a finales del siglo XX e inicios del siglo XXI. Dichos cambios han sido posibles en parte gracias a los avances tecnológicos a los cuales se sometieron los medios de comunicación en la búsqueda, procesamiento y difusión de la información, los cuales han facilitado que esta llegue a los diferentes destinatarios en cuestión de segundos.

No basta con que el periodista o comunicador social conozca los recursos derivados de los adelantos tecnológicos, sino que además debe desarrollar habilidades para aprovechar estos recursos a fin de poder comunicar, con un alto sentido social, los hechos de actualidad que más le interesan a los usuarios. De manera que los viejos paradigmas con los que se construía el periodismo ya no son suficientes, por lo que se ha replanteado una nueva forma de ejercer esta profesión, que no todos han comprendido aún.

Según Rizo (2006), con el auge de las tecnologías de información y comunicación se vive una suerte de revolución sociocultural que permite la creación y consolidación de nuevas modalidades de comunicación y, por tanto, de interacción. Precisamente, este ámbito está siendo uno de los más estudiados desde el campo académico.

Hoy en día, la interactividad desarrolla un rol fundamental en la web; BouBauzá (2003) admite un esfuerzo de diseño para planificar una navegación entre pantallas en las que el usuario sienta que realmente controla y maneja una aplicación. Esto supone un modelo en el que emisores y receptores juegan roles intercambiables en la construcción de un determinado tema. Dentro de esta atmósfera está inmerso el periodismo digital, ya que la presencia de internet ha influido en un determinado número de publicaciones electrónicas, en las que las empresas incursionaron para no quedarse atrás en cuanto a innovación tecnológica se refiere.

En este sentido, la interactividad fomenta la participación de los individuos cuyo objetivo fundamental es la comunicación entre personas donde los roles son intercambiables. Salaverría (2016) afirma que la red ha ofrecido una alternativa para difundir mensajes que, en muchos casos, la prensa tradicional no posee. Especialmente las redes sociales y los *blogs* se han convertido en plataformas para la difusión pública de aquello que antes no era comunicado porque no había la posibilidad de acceso a los medios tradicionales.

La comunicación, en el entorno digital, se caracteriza por ser interactiva, hipertextual, personalizada, abundante, multimediática y de actualización constante; para Orihuela (2005), estos rasgos difieren sustancialmente de la comunicación de masas y suponen importantes rupturas con los modelos comunicativos basados en el *broadcasting* difusión masiva. Por ello el desarrollo tecnológico se ha convertido en una variable de evolución del periodismo digital. Algunos de ellos han tardado en despegar debido a la brecha existente en el acceso a las tecnologías incidiendo en su consolidación.

Dentro del campo de la comunicación, Rost (2001) afirma que la interactividad presenta tres niveles: No interactiva (cuando un mensaje no se relaciona con otro previo), Reactiva (cuando un mensaje se relaciona únicamente con el previo inmediato), e Interactiva (cuando un mensaje se relaciona con una serie de elementos previos). Con esa finalidad, la interactividad se encarga de dar respuestas a cada mensaje que emite el usuario con el ordenador, misma función que cumple el cibermedio con el usuario, en la que describe los procesos interactivos dentro de la comunicación y la que establece cuánta tecnología utilizan los medios digitales para garantizar al usuario un manejo adecuado de lo que lee, sin tener contratiempos en la conducción adecuada de herramientas de fácil uso.

Hacia la construcción de un cibermedio

La implementación de sistemas digitales en la prensa escrita a partir de la década de los noventa en el siglo XX redefinió su estructura y evolución hacia nuevas formas y modos, dejando atrás los enfoques tradicionales para convertirse en medios interactivos, donde ofrecen un tratamiento más particular de los contenidos y una inmediatez poco habitual, algo que no posee la prensa tradicional.

Para Vivar (2004), la tecnología digital ha abierto nuevos horizontes a los medios de comunicación tradicionales y ha propiciado la aparición de otros nuevos, bajo el aún difuso y cambiante paraguas de los multimedia. Así, el consumidor de información de hoy demanda de los medios una información cada vez más profunda y actualizada sobre aquello que le interesa; reclaman imágenes, sonidos y textos que expliquen la información con base en el soporte y las potencialidades que generan las tecnologías de la información y comunicación.

Las tecnologías no solo cambian el proceso de producción, sino que instauran una nueva filosofía de vida. Tal como lo expone Castells (1999), no se trata de una transformación económica exclusiva, sino que abarca todas las estructuras e instituciones humanas, desde las laborales hasta instituciones familiares, religiosas y políticas. De este proceso surgen los cibermedios, los cuales se apoyan en la difusión de los contenidos periodísticos a través del uso integrado de varios sistemas que presenta Internet para su difusión.

Hoy, cuando los medios venezolanos se debaten entre migrar a la Web o subsistir ante las carencias del papel para sus ediciones, las tecnologías surgen como un proceso transformador y revolucionario en todos los niveles, abriendo posibilidades interactivas que valoran, tratan y organizan informaciones periodísticas, fomentando la usabilidad de estos cibermedios. Asegura Herrero (2010) que en el llamado ciberespacio conviven hoy los medios tradicionales con páginas personales, bases de datos, bitácoras y foros con las mismas posibilidades de ofrecer sus contenidos a los usuarios.

Los cibermedios han facilitado la expansión de la comunicación a través de diversos formatos en los que jamás la prensa escrita hubiera llegado. Tabletas, computadoras portátiles, teléfonos celulares, redes sociales, entre otros, se han encargado de difundir la información, facilitando en la audiencia un estímulo suficiente para integrarse y comunicarse a través de ellos.

Abreu (2003) remonta las primeras incursiones de periodismo digital en Venezuela a 1987, con Notiexpress, un servicio de monitoreo de medios que enviaba resúmenes de los diarios más importantes a sus clientes, a través de varias modalidades, entre ellas, el correo electrónico. Pero fueron El Nacional y El Universal los primeros medios venezolanos en tener presencia en Internet en el año 1995; ambos comenzaron a probar soluciones tecnológicas que les permitieran trasladar la información de sus versiones impresas a una plataforma de acceso en línea.

En el Zulia, las primeras experiencias acontecieron a comienzos del año 2000 con Panorama y La Verdad; señalan Prieto y Farías (2009), ambos medios eran los únicos en la región con presencia en internet y poseían equipos propios para la presentación noticiosa de sus páginas digitales, y sólo uno, con muy corta duración, se expresó como medio digital sin procedencia de algún medio tradicional (Diario del Lago).

La utilización de estos cibermedios se debe a su convergencia tecnológica capaz de presentar en una sola plataforma imágenes, texto, sonido, entre otros elementos que permiten innovar a través de la interactividad, donde el usuario asume un papel activo en la construcción de las informaciones que son presentadas en tiempo real, es decir, atienden la inmediatez que requieren sus audiencias. Eso lo entendieron los medios impresos quienes vieron en Internet como ese canal para expandirse y competir con la radio y la televisión. Si bien muchos han incursionado con esa premisa, las brechas que imperan en Venezuela no ha facilitado la evolución de los cibermedios, partiendo como una copia exacta de la versión impresa y no presentando un formato innovador.

En el Zulia, uno de los principales problemas que atraviesan sus cibermedios es la poca oferta en recursos interactivos que ofrecen a sus usuarios, la cual no fomenta la participación y no aprovecha los beneficios que internet les ofrece; se han quedado en un lenguaje convencional y son pocos los que se atreven a innovar para captar la atención de sus lectores. La tecnología suministra al usuario herramientas que faciliten el uso y comprensión del cibermedio, para ello es indispensable que éste presente todos los elementos disponibles y sea capaz de responder a sus expectativas. Son pocos los que responden a esas necesidades en la región, pero aún así no cubren el propósito para los cuales fueron creados.

Peña y Robles (2016) aseguran que no todos los medios están preparados para afrontar la inversión que supone la convergencia periodística, no solo en tecnología, sino en la formación de sus periodistas. La prensa caraqueña lleva unos años intentando adaptarse a este nuevo escenario, no así la mayoría de los medios regionales, anclados aún en sus formatos originales. Por tanto, es indispensable conocer qué procedimientos están implementando los cibermedios del estado Zulia para atraer a los lectores, saber cuáles herramientas usan para facilitar los procesos de interactividad y cómo el usuario interactúa con ellos.

Cibermedios

Los términos cibermedio, medios interactivos, periódicos electrónicos, medios *online* o en línea, periodismo digital, medios digitales, entre muchos, hacen referencia a una modalidad del periodismo todavía en construcción y denota diversos significados a través de los medios de comunicación, pero coincide en el elemento primordial: el uso del ciberespacio y el tiempo.

Así lo expresan Díaz Noci y Salaverría (2003), al calificarlo como una especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para la investigación, la elaboración y, muy

especialmente, la difusión de contenidos periodísticos. Alonso y Martínez (2003: 27) lo presentan como “todos aquellos sitios web que poseen como función prioritaria la producción y/o gestión de contenidos de información periodística, en cualquiera de sus formas y modalidades”.

Agregan estos autores que los cibermedios son todos aquellos sitios web que corresponden a medios de comunicación tradicionales, aquellos que se dan antes de que internet fuera una realidad, tales como la prensa, la radio y la televisión, y que se desarrollan en el nuevo ámbito de comunicación para producir y gestionar contenidos de información periodística, como decimos empleando los recursos del nuevo entorno comunicacional: hipertexto, interactividad, multimedia, etc.

Para Cebrián (2009) es el proceso que va de un productor-emisor de contenidos y servicios informativos mediante estrategias y técnicas periodísticas específicas y adecuadas a las exigencias de la plataforma internet y con la potencialidad incorporada por ésta como el uso integrado de varios sistemas expresivos: escrito, gráfico, icónico, auditivo, audiovisual y multimedia, hasta llegar a unos usuarios que pueden seguir, manejar o producir otras informaciones y entablar diálogo o intercambiarse los papeles con el emisor.

El surgimiento de Internet brindó una plataforma tecnológica para la interacción entre periodistas y usuarios, facilitando un nuevo lenguaje periodístico que adquirió dominio propio gracias a la hipertextualidad, la interactividad y la multimedialidad, y tal como señalan Prieto y Farías (2009), el ciberperiodismo, independientemente de las oportunidades técnicas y tecnológicas que el ciberespacio pueda ofrecer al profesional de la comunicación, amerita profesionales versátiles y con criterio, centrados en la mejora de la calidad de la información periodística, gracias a las mayores posibilidades de documentación, análisis, amplitud y rapidez que propician los recursos digitales.

Montiel (2000), por su parte, sostiene que los medios de comunicación que circulan bajo el sistema *World Wide Web* reciben el llamado de cibermedios, ya que emergen como producto del desarrollo de las innovaciones tecnológicas en el área de telecomunicaciones y abren espacio para una nueva realidad social sustentada en la sociedad de la información que deja atrás a los medios tradicionales.

Independientemente del lenguaje propio que les es característico, Salaverría (2004) asegura que al igual que hicieron la radio y la televisión en sus inicios, los cibermedios han tomado prestados de sus predecesores, sobre todo de la prensa, los géneros y los estilos periodísticos. Tipos de texto como la noticia, la entrevista, el reportaje, la crónica o la columna de opinión han encontrado nuevo acomodo en los cibermedios. De igual modo, el estilo impersonal, la estructura del titular y texto, y la pirámide invertida se han trasladado, entre otras rutinas del estilo informativo clásico, a publicaciones digitales.

La calidad de un medio digital depende no sólo de la plataforma tecnológica con la cual cuenten los periodistas y el acceso del público a la tecnología, sino del conocimiento que tengan sus productores acerca del ciberperiodismo. En ese aspecto,

es importante recordar que aunque los cibermedios venezolanos han superado parte de los obstáculos, aún faltan muchos otros por sortear. Con la interactividad, los cibermedios y los usuarios modifican sus relaciones que van desde los aspectos de las mediaciones tecnológicas hasta la expresión multimedia. Tal como lo expone Cebrián (2009), los cibermedios generan una nueva concepción de la información, la cual supera la acepción restringida del periodismo tradicional.

Cibermedios nativos e inmigrantes

La aparición en 1991 de la *World Wide Web* revolucionó el mundo de la información a través del primer servicio en línea disponible en todo el mundo para todo público. Este proceso fue concebido por Prensky (2001) a través de los términos “nativos digitales” e “inmigrantes digitales” para hacer una diferenciación entre quienes nacieron antes que se diseminaran estas tecnologías y quienes lo hicieron después.

A juicio de este autor, la generación de hoy son “hablantes” naturales del lenguaje de las computadoras; estudian, se comunican y juegan utilizando todas las herramientas “en línea” que tienen a su alcance. Por el contrario, los inmigrantes se “instalaron” más tarde en el proceso de penetración y apreciamiento tecnológico, y participaron en un proceso de socialización diferente; se adaptaron paulatinamente al entorno para no quedarse rezagados tratando de evitar la brecha digital entre estas generaciones. Los rápidos cambios que se produjeron con la inclusión de las TIC ofrecieron a los cibermedios la posibilidad de interactuar, comunicar y adquirir conocimientos que internet generaba; la red forzó a los medios a evolucionar y posicionarse por encima de la televisión, la radio y el periódico.

Salaverría (2016) indica que entre los medios nativos aparecidos en la década de 1990 y los primeros años de este siglo, sus impulsores reconocen, de manera más o menos abierta, que la razón principal de elegir internet fue la imposibilidad económica de lanzar la cabecera en otro soporte, muy particularmente en papel. Afirma Orejuela (2015), internet quebró la periodicidad y forzó a los medios a convertirse en sitios de vanguardia a la hora de informar, siempre por delante de la televisión, la radio y el periódico. El impacto fue tal que las formas de hacer periodismo en cada medio cambiaron y transformaron las rutinas en función de ir a la par de lo que ofrecían los nacientes medios en la web.

Salaverría (2016) asegura que los medios nativos digitales florecieron temprano con Analítica.com, en 1996, y Descifrado, en 1997; les han seguido, ya en el presente siglo, publicaciones como la plataforma oficialista Aporrea, así como otros medios no oficialistas como Noticiero Digital, Espacio Público, Contrapunto, El Cambur, Runrun.es, Crónica Uno, Efecto Cocuyo y El Estímulo. Concluye el autor que estos medios todavía están a la sombra de las grandes corporaciones periodísticas, y luchan, por penetrar en sus mercados, intentando atraer anunciantes y experimentando en ocasiones con fórmulas innovadoras de financiación.

Por su parte Prensky (2001) plantea, si bien los cibermedios nativos digitales han ido perfeccionándose año tras año a través de interacción y práctica, prefieren moverse dentro de lo que les es conocido en virtud de su forma de aprender, muy distinto a los inmigrantes digitales que utilizan un lenguaje obsoleto, y les cuesta integrarse al proceso. Queda claro que los cibermedios fueron fundados antes de la burbuja de las puntocom, mantuvieron el mismo esquema tradicional de las versiones impresas, mientras que otros lo hicieron por una crisis o por no quedarse rezagados de este proceso. En conclusión, los cibermedios nativos contribuyen al aprendizaje y permiten la participación y colaboración de la información.

Cibermedios. Indicadores y tipos

Salaverría (2005) asegura que el funcionamiento del cibermedio se debe al grado de adecuación que poseen (hipertextualidad, multimedialidad e interactividad); cuanto mayor sea el grado de adecuación adquirido por cada uno de los tres indicadores, mayor será, en consecuencia, el nivel de dinamismo del ciberespacio.

El hipertexto permite conectar parte del texto principal a otros contenidos relacionados, enlazados a su vez con otros textos. La multimedialidad representa a cada uno de los elementos que caracterizan a los medios de comunicación existentes: el video de la televisión, sonido de la radio, y escritura de la prensa, mientras que la interactividad permite al usuario romper con la unidireccionalidad de los medios tradicionales y participar de cierta forma en la selección de los contenidos que desea conocer. Este elemento permite romper con la pasividad del receptor. Lo citado por Salaverría (2005) refuerza lo planteado por Montiel (2000), por lo que diferencia a los cibermedios de acuerdo al grado que tengan las informaciones, según se especifica a continuación:

- Cibermedios de información especializada: definidos como una estructura informativa que penetra y analiza la realidad de una determinada área, según un mismo nivel de audiencia. Estos cibermedios abarcan a un público específico. Actualmente, son pocos los que se avocan a áreas específicas siendo esto una tarea pendiente para aquellos usuarios que buscan afinidad con un medio concreto. La mayoría de los cibermedios especializados se han dedicado a temas deportivos, de farándula, ocio o entretenimiento, quedando áreas aún no explotadas.
- Cibermedios de información general: Salaverría (2005) atribuye a estos medios un lenguaje convencional para su difusión y llegar a la audiencia, presentando la realidad como un todo global.
- Una clasificación similar presenta Cely (2006), quien los agrupa tomando en cuenta su propósito:
- Contenidos informativos y multimediales: referidos al ámbito periodístico, los géneros tradicionales y sus versiones multimediáticas. Incluyen recursos como

encuesta interactiva, infografía interactiva, entrevista *online*, fotorreportajes multimedia, *weblogs*, titulares minuto a minuto y recursos multimedia.

- Contenidos de comunicación o intermediación: espacios con el propósito de establecer relaciones con y entre sus usuarios. Se facilitan los procesos de comunicación entre los usuarios y los que elaboran el cibermedio o personalidades de relevancia social, o entre distintos sujetos de forma sincrónica o asincrónica (chats, foros, mensajería electrónica).
- Contenidos de infomediación: facilitan la búsqueda de contenidos que implica la adaptación del medio a los requerimientos del usuario (diseño a la carta, crear mi espacio, página de inicio, agregar a favoritos).
- Contenidos de servicios o multiservicios: facilitan una serie de productos que satisfacen las necesidades de información, en los cuales el usuario puede acceder, seleccionar y solicitar la ejecución de un proceso que es enviado como información (transporte, clima, espectáculo, farmacia, teléfonos). Se subdividen en servicios de información, servicios de gestión y servicios de entretenimiento.

Interactividad

La interactividad permite al lector interactuar no sólo con los contenidos sino también con otros individuos donde se establecen jerarquías, exhiben informaciones, contextualizan contenidos y promueven la participación en la cual se profundiza más el proceso interactivo. La participación de los usuarios es clave para el funcionamiento del medio. En ese sentido, Alonso (2005) asegura que son pasivos en la medida en que su única prerrogativa consiste en consumir los contenidos que han producido los gestores.

Rost (2006) ha sido uno de los autores que mayor énfasis ha hecho en el término de interactividad, clasificando dicho proceso en dos modalidades, a consecuencia del proceso que hay entre individuo y máquina. Así, de acuerdo con este autor, la interactividad se clasifica en selectiva y comunicativa. La interactividad selectiva da control al usuario sobre el ritmo y secuencia de la comunicación. Cabe destacar que en los medios impresos representa la multilinealidad para que interactúen lector-oyente-televidente de los medios de comunicación, donde el medio se convierte en masivo.

En cuanto a la interactividad comunicativa, según Rost (2006), alude a las posibilidades de comunicación y expresión que tiene el usuario en los contenidos públicos del medio. Además de estas opciones, el lector busca dialogar, discutir, confrontar, apoyar y de una u otra manera, entablar una relación con otros. Puede ir de la mera elección de una opción en una encuesta hasta la redacción fundamentada de una opinión en un foro de actualidad o la publicación de un ensayo habilitado para los lectores.

La distinción con respecto a la interacción selectiva es muy clara. Para Orejuela (2015), si en la interactividad de selección las relaciones estaban asociadas más con la escogencia de una serie de opciones de contenidos a través de la interfaz, en la interactividad comunicativa la relación es de usuario-usuario o entre grupo de usuarios.

Este tipo de interactividad se da por medio de las salas de *chats*, entrevistas en línea que son denominadas sincrónicas, mientras que la asincrónica se da por foros, cartas de lectores o correos a la redacción. Se puede concluir que la interactividad comunicativa mide la participación de los usuarios, en parte a que permite una interacción dialógica y multidireccional, gracias a los elementos comunicativos que dicho medio presenta, agilizando nuevas formas de interactuar con los usuarios.

La interactividad se encarga de describir la relación que tiene un usuario / actor y un sistema (informático, video u otro); es abordada por la existencia de recursos que permiten al usuario establecer un proceso de actuación participativa-comunicativa, lo cual hace posible la producción de objetos no completamente previsible. Linares y col. (2015) presentan cinco propuestas para el estudio y comprensión de la interactividad, las cuales facilitan la participación de los usuarios como gestores de contenidos.

1. Comunicación: relación bidireccional persona a persona. Intercambios directos de comunicación entre los lectores y la redacción del cibermedio.
2. Participación: relación unidireccional sistema-persona. Implicación de los lectores en actividades del cibermedio, como valoraciones o votaciones.
3. Cooperación: relación unidireccional contenido-persona. Aportaciones directas de los lectores, rol de prosumidores de los mismos.
4. Socialización: relación multidireccional persona-persona. Acciones de difusión de contenidos a través de redes sociales.
5. Acceso al contenido: relación unidireccional sistema-persona. Relación entre contenido y lector. Uso de bases de datos y sistemas de navegación.

La interactividad proporciona a los usuarios la posibilidad de que sus contenidos sean personalizados, es decir, tengan periódicos personales, adaptados a los gustos de los lectores; Este proceso puede generarse a través del correo electrónico o la suscripción de informaciones que el usuario desee. En este sentido, los cibermedios incorporan otros contenidos relacionados directa o indirectamente con la información. Suelen agruparlos por secciones, en parte coincidentes con las de los medios tradicionales y en parte diferentes por la tendencia a otorgar mayor papel a campos informativos especializados e incluso distantes, al incluir contenidos de entretenimiento, juegos, compraventas, entre otros.

Metodología

Para esta investigación se buscó determinar el proceso de interactividad presente en los cybermedios existentes en el estado Zulia. De acuerdo al buscador TN Relaciones (www.tnrelaciones.com), en esta región conviven 16 cybermedios nativos e inmigrantes, por lo que a través de una muestra no probabilística y empleando el buscador Alexa.com, se escogieron los cybermedios con mejor ubicación en la región zuliana, siendo estos:

- www.noticiaaldia.com.ve (puesto 26),
- www.panodi.com (puesto 83),
- www.laverdad.com (283),
- www.versionfinal.com.ve (puesto 313),
- www.diariocontraste.com (600)
- www.notizulia.net (799)

Cabe destacar que tres de los cybermedios escogidos son derivados de su versión impresa (Panorama, La Verdad y Versión Final), mientras que Noticia Al Día, Diario Contraste y Noti Zulia son nativos digitales, esto de acuerdo a la definición presentada por Prensky (2001) y reforzada por Salaverría (2016). En el caso de los nativos inmigrantes se les consideró por ser medios ya establecidos en la región y que tienen aceptación en los diferentes estratos sociales, mientras que los nativos se escogieron por ser vanguardistas y generadores de su propio contenido.

Para comprender y saber qué tipo de interactividad emplean los cybermedios del estado Zulia, se empleó una ficha de observación directa estructurada por el investigador, a fin de ratificar los criterios establecidos en el presente estudio. La ficha estuvo compuesta por 26 preguntas de selección dicotómica y fue ejecutada durante la semana del 20 al 26 de noviembre de 2016.

RESULTADOS

A partir del análisis comparativo de los resultados obtenidos en la ficha de observación empleada, se obtuvieron los siguientes resultados (ver tabla 1): Como se puede apreciar en la tabla 1, en cuanto al aspecto de la comunicación, los cybermedios inmigrantes han tomado en cuenta a sus usuarios al disponer de herramientas para que se pongan en contacto con las salas de prensa, mientras que en los cybermedios nativos el periodista no es la fuente narrativa sino la empresa. Aunque se puede evidenciar el uso de canales de comunicación tradicional como el correo electrónico, los cybermedios carecen de elementos interactivos asincrónicos como *chat*, foros, *blogs*, entre otros, que no facilitan una mayor interacción real entre el cybermedio y el usuario.

Tabla 1. Comparación de recursos interactivos en cibermedios zulianos. (Cont.)

Ítems	Panorama		La Verdad		Versión Final		Diario Contraste		Noticia al Día		NotiZulia	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
18.- Tiene una red social propia el cibermedio donde periodistas y usuarios participan en la cobertura de noticias		X		X	X		X		X		X	
19.- El usuario accede a noticias de una misma temática a través de las distintas secciones de su sitio web	X		X		X		X		X		X	
20.- El usuario encuentra noticias de temáticas similares desde la página donde se encuentra la noticia que es de su interés	X		X		X		X		X		X	
21.- El usuario conoce qué noticias han tenido un mayor impacto entre los usuarios de su sitio web	X		X		X		X		X		X	
22.- Puede el usuario suscribirse a servicios de newsletter		X		X	X		X		X		X	
23.- Puede el usuario acceder a las noticias a través de un mapa de su sitio web		X	X		X		X	X	X		X	
24.- Existe un formulario para la búsqueda parametrizada	X			X	X		X		X		X	
25.- El usuario lee una versión donde las informaciones se han actualizado y facilita la hora de su actualización	X		X		X		X		X		X	
26.- Puede el usuario encontrar un ranking de las noticias más vistas	X			X	X		X		X		X	

Fuente: El autor (2017)

En cuanto a la participación, los cibermedios fomentan la integración y valoración de sus publicaciones. Las muestras escogidas se apoyan en la red social *Facebook* para el registro de comentarios y opiniones, por lo que aún no ven las ventajas de interactuar con las audiencias y no aprovechan su presencia como fuente de consulta, donde los usuarios pueden constituirse como principales agentes informativos.

Sobre la cooperación, el ciberperiodismo va más allá de la prevalencia de los *blogs*, redes sociales o la telefonía móvil. Esa percepción aún no ha sido expresada en los cibermedios zulianos estudiados, que no dan posibilidad de interactuar dentro del medio. El *microblogging* *Twitter* es la red más empleada por los cibermedios debido a su inmediatez, de igual modo las noticias son presentadas de manera sencilla y ágil, además de mercadear los contenidos, gracias a la cooperación que el usuario difunde a través de sus cuentas personales.

Finalmente, en cuanto al acceso a los contenidos, los cibermedios inmigrantes presentan las informaciones tal y como aparecen en su versión impresa. En cambio, los nativos se han conformado en presentar contenidos similares a la versión impresa dejando a un lado la innovación y posibilidad de ofrecer un lenguaje más técnico propio de la red, en la cual pueda apoyarse de la hipertextualidad. Aunque presentan sus carencias, los nativos digitales se han adaptado a las necesidades de sus usuarios, dando recursos gráficos que ayudan a las personas con una discapacidad.

Conclusiones

Actualmente, y de acuerdo al buscador www.tnrelaciones.com, en el estado Zulia convergen dieciséis cibermedios entre nativos e inmigrantes, siendo la región con mayor cantidad de medios digitales después de Caracas, lo que habla del fuerte crecimiento que la zona tiene; de allí la imperiosa necesidad de ser medios que fomenten la participación de sus audiencias a través de contenidos dinámicos y de apoyarse en el uso de redes sociales como *Facebook* y/o *Twitter* para divulgar y socializar sus informaciones.

Con mucho camino por recorrer, se hace necesario recalcar dentro de estas conclusiones las diferencias que existen entre los cibermedios nativos y los cibermedios inmigrantes analizados, a fin de establecer de acuerdo a las dimensiones estudiadas, cuáles son sus características y cómo funcionan dentro de internet (ver cuadro 1).

Cuadro 1. Comparación entre cibermedios inmigrantes y nativos en el Zulia.

DIMENSIÓN	CIBERMEDIOS INMIGRANTES	CIBERMEDIOS NATIVOS
Comunicación	<ul style="list-style-type: none"> Las informaciones son identificadas por el periodista, facilita su cuenta personal para entablar comunicación con sus lectores. El cibermedio pone a disposición de los usuarios distintas herramientas interactivas para promover una comunicación directa con las salas de prensa. Se apoyan en la valoración que los usuarios le dan a sus publicaciones, a fin de determinar el número de lectores que acceden a la información. 	<ul style="list-style-type: none"> El periodista no es la fuente, sino la empresa periodística. No contienen elementos interactivos que fomenten la comunicación con el cibermedio (chats, foros, blog, etc.) Carecen de herramientas interactivas que fomenten una participación activa del usuario en la construcción de información
Participación	<ul style="list-style-type: none"> Por medio de su versión impresa, promueven las distintas herramientas que el cibermedio posee para que los lectores accedan a complementar una información de interés. (Youtube, gráficos interactivos, entre otros) 	<ul style="list-style-type: none"> Al ser concebidos por la web, se apoyan en otros recursos tecnológicos, presentando las informaciones ajustadas a dichas plataformas (laptops, tabletas y teléfonos móviles)
Cooperación	<ul style="list-style-type: none"> A excepción de Versión Final, el resto de los cibermedios inmigrantes estudiados (Panorama y La Verdad), no facilitan la contribución de los usuarios en la construcción de sus informaciones a través de las redes sociales. Versión Final ha fomentado el uso de blogs para los usuarios donde son editores de sus propios contenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Se apoyan en el uso de las redes sociales para construir sus informaciones, gracias a la cooperación que los usuarios hacen por medio de Twitter o Facebook, fomentando una participación activa.
Socialización	<ul style="list-style-type: none"> Usan las redes sociales para presentar los contenidos y conocer así los gustos de sus lectores sobre el tipo de información que leen, para así segmentar su audiencia y presentar contenidos específicos 	<ul style="list-style-type: none"> Permite a sus usuarios valorar las informaciones y conocer sus gustos, así como facilitarle herramientas para compartir esa información con otros lectores. Emplean el uso del hipertexto para presentar las informaciones sin la limitante del espacio que existe en los medios impresos.
Acceso al contenido	<ul style="list-style-type: none"> Presentan las informaciones tal como aparece en la versión impresa, careciendo de innovación. Emplean un lenguaje convencional. 	<ul style="list-style-type: none"> Se apoyan en recursos multimedia para abarcar en un mismo lugar audio, texto e imágenes sobre distintos hechos, colocándose a la par de la radio y la televisión. Facilitan al usuario recursos gráficos para apoyar a aquellos lectores con algún impedimento visual (aumento de texto), así como la facilidad de imprimir el artículo o enviarlo a través del correo electrónico.

Fuente: El autor (2017)

El ciberperiodismo ha afrontado en los últimos diez años importantes cambios para dar respuesta a una sociedad que se halla inmersa en el epicentro de profundas transformaciones. El consumo masivo de información proveniente de diversos soportes ha favorecido a que se propicie un periodismo más abierto y participativo.

Los cibermedios zulianos no deben conformarse en ofrecer sólo lo más avanzado en herramientas para la interactividad, también deben recurrir al aprovechamiento de todas estas para concretar una comunicación real, basada en la inmediatez y que responda a las exigencias de una población cada vez más ávida de información. Por tanto, se hace necesario seguir profundizando en el tema y llevar las experiencias de los cibermedios zulianos a las aulas de clases, a fin de que los nuevos profesionales que se formen en las universidades ofrezcan propuestas y conozcan las relaciones entre productores y consumidores para profundizar nuestras referencias bibliográficas.

El futuro sigue siendo amplió para los cibermedios. Si las brechas se acortan y la penetración de internet aumenta, es probable que en los próximos años exista un aumento considerable de cibermedios, pues la tecnología así lo demanda y debemos estar listo para su llegada. La interactividad es y seguirá siendo un tema que traerá debate, por lo que su aplicación a los medios digitales se avoca a las herramientas multimedia e hipertextuales que faciliten la lectura y comprensión de la información, así como la fomentación de un periodismo ciudadano que parece aumentar, pese a la timidez de algunos cibermedios.

Referencias bibliográficas

Abreu, C. (2003). *El periodismo en internet*. Fondo Editorial de Humanidades y Educación de la Universidad Central de Venezuela. Caracas.

Alonso, J. (2005). *Comunicar en internet: el papel interactivo de los sujetos en los nuevos medios*. Revista Opción, núm. 48, pp. 57-78. LUZ. Ediciones Astrodata. Venezuela.

Alonso, J.; y Martínez, L. (2003). *Medios interactivos: caracterización y contenidos*. En Díaz Noci, J.; Salaverría, R.: *Manual de redacción ciberperiodística*. Editorial Ariel. Barcelona.

Bou Bauzá, G. (2003). *Interactividad*. Texto en PPT. Disponible en: http://www.iabperu.com/descargas/iab_interactividad.ppt.

Castells, M. (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. *La sociedad red*. Alianza Editorial. Madrid.

Cely, a. (2006). *Estructura editorial de los cibermedios en Venezuela. 10 años de periodismo digital en Venezuela. 1996-2006*. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas – Venezuela.

Cebrián, M. (2009). Comunicación interactiva en los cibermedios. Revista Comunicar N°33.XVII. Pp. 15-24. España.

Díaz Noci, J. y Salaverria, R. (2003). Manual de redacción ciberperiodística. 1ª Edición. Editorial Ariel. España.

Herrero, C. (2010). Los sucesos en internet: diarios, foros y blogs. En Internet como generadora de contenidos especializados. IX Encuentro de profesores de periodismo especializado. Ediciones Montse Quesada Pérez. Texto en PDF disponible en http://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/11306/periodismo_especializado.pdf

Linares, J. (2015). Interactividad en cibermedios. Propuesta nuclear de protocolo de análisis. Grupo de investigación Digi-Doc. Universitat Pompeu Fabra Barcelona. España.

Montiel, M. (2000). Los cibermedios como nuevas estructuras de comunicación social. Revista Opción, N° 16. Ediciones Astro Data.

Orihuela, J. (2005). El ciberperiodista: entre la autoridad y la interactividad. Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui. Junio. Número 083. Pp. 12-16. Quito.

Orejuela, M. (2015). Características del periodismo en línea venezolano. La interactividad y los cambios en las rutinas frente al reto de no sucumbir en el ciberespacio. Texto en PDF. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social Disertaciones. Volumen 8, Número 1 / Enero-Junio 2015. 105-134. Disponible en: [Doi: dx.doi.org/10.12804/disertaciones01.2015.05](https://doi.org/10.12804/disertaciones01.2015.05).

Peña, M.; Y Robles, M. (2016). Ciberperiodismo en Iberoamérica. Coord. Ramón Salaverría. Universidad de Navarra. Fundación Telefonía. Barcelona - España.

Prensky, m. (2001). Nativos e inmigrantes digitales. Editorial: Distribuidora SEK, S.A.

Prieto, C.; y Farias, J. (2009). Ciberperiodismo en el estado Zulia: Hacia las nuevas competencias profesionales. Revista Telos. Vol. 11, N° 2. Pp. 147-163. Universidad Rafael Belloso Chacín. Maracaibo – Venezuela.

Rizo, m. (2006). Interacción y comunicación. Exploración teórica-conceptual del concepto de interacción. Texto en PDF. Disponible en: http://www.monografias.com/trabajos901/interaccion-comunicacion_exploracionteoricaconceptual/interaccion-comunicacion-exploracion-teorica-conceptual.shtml

Rost, A. (2001). La construcción de la actualidad en el periódico digital. Qué participación tiene el lector: la interactividad y el hipertexto. En Rost (2003). Una propuesta metodológica para estudiar el hipertexto en el periódico digital. Revista Análisis. Número 30. Texto en PDF. Disponible en <http://ddd.uab.cat/pub/analisi/02112175n30/02112175n30p169.pdf>

Rost, A. (2006). La interactividad en el periódico digital. Tesis doctoral. España

Salaverría, R. (coord.) (2016). *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Universidad de NavarraFundación Telefónica. Barcelona, España.

Salaverría, R. (coord.) (2005). *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Comunicación Social. Sevilla – España.

Salavarría, R. (2004) *Medios online abren nuevas posibilidades en el diseño*. Texto en PPT. Disponible en http://www.ucv.ve/horadigital/noticias/especiales/ponencia_ramon_salavarría.html

Vivar, H. (2004). *La formación en las nuevas tecnologías de la comunicación audiovisual*. Texto en PDF. Disponible en <http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/download/ARAB0404230006A/4219>



UNIVERSIDAD
DEL ZULIA

 **mpacto** *Científico*

Revista Arbitrada Venezolana
del Núcleo LUZ-Costa Oriental del Lago

Vol. 12. N°1 _____

*Esta revista fue editada en formato digital y publicada
en junio de 2017, por el **Fondo Editorial Serbiluz,**
Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela*

www.luz.edu.ve
www.serbi.luz.edu.ve
produccioncientifica.luz.edu.ve