



DATA CIENCIA

REVISTA MULTIDISCIPLINARIA
ELECTRÓNICA

SEPTIEMBRE - DICIEMBRE 2018
VOL. 1 AÑO 1



UNIVERSIDAD
DEL ZULIA



DATA CIENCIA



IECS LLC
INTERNATIONAL EDUCATIONAL
CONSULTING SERVICES LLC

REVISTA ELECTRÓNICA DE LA
UNIVERSIDAD DEL ZULIA



Revista Electrónica Multidisciplinaria
Vol.1 N°1. Septiembre-Diciembre 2018
pp. 85-94

Herramientas que fomentan la participación en los cibermedios del estado Zulia

Adonis Marcano Domínguez

Universidad del Zulia - Núcleo Costa Oriental del Lago
Cabimas, estado Zulia. Venezuela
amarcano@col.luz.edu.ve

Resumen

Con la llegada de internet a mediados de los años noventa y la implantación de la web 2.0, los usuarios tuvieron la oportunidad de relacionarse de una manera distinta con los medios de comunicación digitales, convirtiéndose en consumidores del mensaje, gracias a los procesos de interactividad que manejan dichos cibermedios, donde la participación de las audiencias se fomenta en mayor o menor medida a través de comentarios, foros y/o contenidos elaborados por los propios usuarios. La investigación tiene como objetivo general conocer las herramientas de participación de los cibermedios del estado Zulia, tomando en cuenta que los usuarios son audiencias activas que tienen el poder de elegir contenidos para interactuar con otros usuarios dentro de su sitio. Para la investigación se han considerado los trabajos de Peña y Robles (2016), Orejuela (2015), Rost (2010), López, Gago y Pereira (2002), Montiel (2000), entre otros, quienes abordan los procesos de interactividad y participación de las audiencias en los cibermedios. Se aplicó ficha de observación de tipo exploratoria y descriptiva a seis (6) cibermedios, tres (3) inmigrantes y tres (3) nativos, determinando la muestra escogida presenta interactividad selectiva y carecen de otras herramientas que les permita relacionarse dentro y fuera del mismo. De igual modo, se constató que los cibermedios nativos carecen de una presentación que cautiva al consumidor, mientras que los inmigrantes tienen mayor variedad de elementos que fomenten la participación, pero manejan un lenguaje convencional.

Palabras clave: Usuarios, participación, cibermedios, interactividad.

Tools that encourage participation in the cybermedia of the state of Zulia

Abstract

With the arrival of the Internet in the mid-nineties and the implementation of Web 2.0, users had the opportunity to relate in a different way with the digital media, becoming consumers of the message, thanks to the interactive processes that handle these cyber media, where the participation of audiences is encouraged to a greater or lesser extent through comments, forums and / or content developed by the users themselves. The general objective of the research is to get to know the participation tools of the cyber media of the state of Zulia, taking into account that users are active audiences that have the power to choose contents to interact with other users within their site. The research has considered the works of Peña and Robles (2016), Orejuela (2015), Rost (2010), López, Gago and Pereira (2002), Montiel (2000), among others, who address the processes of interactivity and participation of audiences in cyber media. An exploratory and descriptive observation card was applied to six (6) cyber media, three (3) immigrants and three (3) natives, determining the chosen sample presents selective interactivity and they lack other tools that allow them to relate inside and outside it. Similarly, it was found that native cyber media lack a presentation that captivates the consumer, while immigrants have a greater variety of elements that encourage participation, but use conventional language.

Keywords: Users, participation, cybermedia, interactivity.

Introducción

La aparición de internet a mediados de los años 90 facilitó la entrada de los medios de comunicación social a la llamada autopista de la información. La implementación de sistemas digitales redefinió la estructura y evolución de la prensa escrita, dejando atrás los enfoques tradicionales para convertirse en medios interactivos.

Vivar (2004) asegura que la tecnología digital abrió 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.

Ya no se trata de un público paciente que tradicionalmente consumía la noticia; sino que, las dinámicas interactivas mantienen la necesidad de la inmediatez, amparadas en una evolución tecnológica que como expresa Larrégola, (1998; 194) citado por Jódar (2010), "conduce a la inexorable confluencia de los sectores estratégicos implicados en el nuevo escenario comunicativo y sólo aquellos que sean capaces de interpretar con facilidad los indicadores que emergen, podrán ser protagonistas del cambio".

De este proceso surgen los cibermedios, método que se apoya en la difusión de los contenidos periodísticos, a través del uso integrado de varios sistemas que presenta internet para su difusión. Tal como lo expone Montiel (2000:36), fusionan todas esas características e imprimen otras modalidades que los erigen como nuevos productos informativos de comunicación social, basados en la inmediatez y en otros elementos propios de la web como la actualización, multimedialidad e hipertextualidad.

El ciberperiodismo va más allá de fórmulas del periodismo tradicional, se ha convertido en verdadera alternativa de información por la capacidad de abordar temas diferentes a lo que constituye la agenda de grandes medios, ofreciendo otras perspectivas y otras formas de entender la realidad local, nacional e internacional, gracias a secciones en las que promueven la participación del usuario: foros, entrevistas, encuestas, comentarios, entre otros, permitiendo al interesado participar de forma activa y directa en la construcción de la información. En otras palabras, el cibermedio facilita al receptor convertirse en emisor y viceversa, anticipando qué tipo de interactividad tendrá a su disposición, y él decidirá y/o escogerá como utilizarla.

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 ella.

No obstante, uno de los principales problemas que afrontan los cibermedios del estado Zulia, es la poca participación que tienen los usuarios dentro de los procesos interactivos, desaprovechando los beneficios que internet les ofrece, quedándose en un lenguaje convencional, sin atreverse a innovar para captar la atención de sus lectores.

Desarrollo

El proceso tecnológico en los cibermedios

La tecnología suministra al usuario herramientas que faciliten el uso y comprensión del cibermedio, para ello es fundamental que todos los elementos disponibles estén presentes y sea capaz de responder a sus expectativas. Son pocos los cibermedios que responden a esas necesidades en la región, pero aun así no cubren el propósito para los cuales fueron creados. Al respecto, Peña y Robles (2016) aseguran, no todos los medios están preparados para afrontar la inversión que la convergencia periodística exige, no solo en tecnología, sino en la formación de periodistas. La prensa caraqueña llevan unos años intentando adaptarse a este nuevo escenario, no así la mayoría de los medios regionales, anclados aún en sus formatos originales.

Internet se consolida cada vez más como una plataforma de contenidos, modificando la práctica diaria de la profesión y brindando múltiples opciones para los internautas. Los hábitos de lectura y búsqueda de las noticias han abierto nuevos caminos para el negocio de información gracias a las características propias de la red: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad. Es allí donde la palabra interactividad se ha convertido en un comodín que ha sido utilizado con gran frecuencia; hoy una página no genera interés sino presenta mecanismos interactivos.

López, Gago y Pereira (2002) señalan, los usuarios de este tipo de medios son más exigentes con el contenido, buscan mayores grados de profundidad relacional, suelen dedicar mayor tiempo de consumo y efectúan un acceso más recurrente a estos cibermedios especializados que los usuarios de otro tipo de medios.

Además, el desarrollo de estas tecnologías ha proporcionado servicios que hasta ahora se creían imposibles. La relación emisor/receptor es otra, debido al nuevo modelo de comunicación que permite una retroalimentación, donde el receptor tiene un mismo rol que el emisor. Este avance no puede ser ignorado por los cibermedios de la región zuliana, deben enfocarse en interactuar con sus lectores, proponer mecanismos de comunicación y alimentar las inquietudes que los usuarios demanden. Deben emplear todos los recursos interactivos a su disposición y manejar un código propio alejándose del estilo periodístico del medio impreso.

La interactividad pone énfasis en la interacción que tiene el ser humano con la máquina, esta experiencia le permite tener al usuario un control activo en la toma de decisiones así como determinar el grado de implicación que tiene sobre el medio. Así entonces, en un mundo donde las tecnologías forman parte de la vida cotidiana,

los medios de comunicación no escapan de ella. Algunos no han podido traspasar esa barrera, quizás por falta de cultura del venezolano, que acostumbrado a leer el periódico acompañado de una taza de café, no ha adquirido el hábito de adentrarse al ciberespacio, incidiendo en una brecha digital que otros países no tienen porque los medios se han adecuados a los procesos tecnológicos, fomentando la participación e interacción.

En este marco referencial, Orejuela (2015) asegura, el futuro de la comunicación está cada vez más condicionado por recursos interactivos y aplicaciones para interactuar y cambiar de roles de forma permanente, trayendo consigo retos importantes tanto para los productores de contenidos como para sus usuarios, incluso para la permanencia del medio o las formas que asume la sociabilidad de mujeres y hombres. Entretanto Rost (2006) afirma, la tecnología ha aportado cambios no sólo cuantitativos en el proceso productivo de los diarios, sino también en numerosas innovaciones cualitativas: la descentralización de las redacciones, la impresión de ediciones regionales vía satélite y la conversión de los servicios de documentación en poderosas bases de datos.

Debido a su entorno digital, la interactividad brinda muchas formas de acceso y conexiones con el hipertexto, además de tener un canal para la comunicación que el usuario tendrá con el medio. La participación de los usuarios es considerada como otras informaciones que se eligen en función de los criterios editoriales del medio. Por tanto, la presente investigación plantea describir las herramientas de participación que tienen los usuarios dentro de los procesos interactivos del cibermedio.

La participación dentro de los cibermedios zulianos

Se concibe la participación como un proceso que se caracteriza por las herramientas interactivas que presenta el cibermedio, en la que fomenta el diálogo entre el sistema y la persona. Esto contribuye a la producción de mensajes más libres y con un receptor más activo en la construcción de la información.

Gracias al éxito de las redes sociales, se ha acentuado la transformación del panorama de los medios y el papel de los ciudadanos en el nuevo escenario comunicativo. Para Mazzone (2012), citado por López y Silva (2015), la apertura de la participación a los usuarios les ha permitido a muchos cibermedios impulsar significativamente su consumo en línea en base a una combinación de factores favorables, entre los cuales destacan los blogs, creando un nuevo concepto de periodismo participativo, en el que los ciudadanos aportan contenidos a partir de informaciones previamente elaboradas por los medios.

Concluyen Mazzone (2012), se puede distinguir diversos modelos de participación a partir del análisis de la interactividad. Por una parte, la interactividad selectiva, que se refiere a todo lo que tiene que ver con los modelos de personalización de las interfaces y de la adecuación de los contenidos a nivel formal de acuerdo con las preferencias de los usuarios; la interactividad participativa, centrada en la presencia y la utilización de dos de las herramientas básicas de participación, como son los comentarios y las redes sociales y, por último, la interactividad productiva, que alude a sus colaboraciones de los lectores que aportan una elaboración de auténtica información propia.

Ahora bien, hay algunos cibermedios zulianos que no fomentan la participación porque no forma parte de su planteamiento informativo, mientras que otros desean ponerla en práctica pero no disponen de recursos para ejecutarla o desconocen el procedimiento a realizar. Lo cierto es que ante estas carencias el cibermedio se presenta como un gestor de contenidos, aislando a un público de ser participe en el proceso interactivo

En este sentido, 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 Venezuela, las brechas digitales han imposibilitado que los medios digitales puedan explotar del todo el medio digital, incluso el acceso a las tecnologías es limitada en los

diferentes estratos sociales, pues no todos pueden acceder a ellas por lo que la cultura del ciberperiodismo se limita a ciertos grupos sociales.

Por otro lado, las tecnologías de información y comunicación representan un elemento determinante en la construcción y reconstrucción de la cotidianidad, ya que modifican muchos aspectos, como por ejemplo la forma en que se interactúa con el entorno, llevando a las sociedades a tener personas cada vez más individualistas. Por tanto, la participación de los usuarios es clave para el funcionamiento del medio. En ese sentido, Alonso (2005) asegura, son pasivos en la medida en que su única prerrogativa consiste en consumir los contenidos que han producido los gestores. Esto se debe a que esos modos de interactividad no están destinados a crear procesos dialógicos conducentes, a la consecución de un objeto u objetivos que se deban alcanzar conjuntamente, de forma comunitaria y global.

En este orden de ideas, aseguran López y Silva (2015), la existencia de herramientas para intervenir no garantiza ni una participación activa ni una correcta canalización de esta para la construcción de un discurso periodístico de calidad. En parte, porque el actual mapa de cibermedios se caracteriza por la convivencia de medios tradicionales y medios derivados de la web, que forman parte de un ecosistema de medios que siguen desempeñando un papel central en la producción y socialización de la reconstrucción de la realidad a través de los contenidos periodísticos que difunden con más o menos participación de las audiencias.

Bajo esta perspectiva, 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 puede ser clasificada desde dos (2) vertientes: interactividad selectiva e interactividad comunicativa.

- **Interactividad selectiva**

La interactividad selectiva empuja al usuario/lector a la acción, quien moviendo su ratón aquí y allá, navega por las páginas, provoca modificaciones en textos y gráficos dinámicos, desplaza objetos, ejecuta audios o videos y ordena operaciones de búsqueda. Como se evidencia por las acciones mencionadas, da control al usuario sobre el ritmo y secuencia de la comunicación. Este término se basa en la herramienta del hipertexto para crear opciones, aunque eso no solamente es interactuar, ya que hoy en día los medios ofrecen mecanismos más adecuados para presentar la información, lo que lo hace más dinámico y da opciones a los usuarios para buscar la noticia.

Cabe destacar que la interactividad selectiva en los medios impresos representa la multilinealidad para que interactúen lector oyente/televidente de los medios de comunicación social, donde el medio se convierte en masivo. Aquí, la participación de los usuarios es considerada como otras informaciones que se eligen en función de los criterios editoriales del medio. Cebrián (2009) asegura que no existe una participación directa ni intervención en la información.

En cambio, Orejuela (2015) plantea, el usuario interactúa con la interfaz gráfica del medio y explota todas las opciones que pone a su disposición el lenguaje digital. Los contenidos son ofertados dentro de una gama de opciones, en las cuales el usuario podrá escoger de acuerdo a sus intereses. Esta selección se desarrolla en el marco de un proceso de flexibilidad en el flujo de la información, donde el inicio y el fin estarán determinados por el usuario.

Por su parte, Bernardi y Bergero (2006) consideran la lectura como actividad que vincula al individuo con el medio, aunque tiene una característica nueva que es la participación activa sobre los contenidos, siendo estos los más utilizados:

- Buscadores: relacionados a la búsqueda de artículos publicados.
- Ediciones anteriores: accede a la edición completa de los medios días después de su salida.
- Titulares por correo: a través de la suscripción, los titulares principales del medio llegan al correo personal del usuario, quien determina las informaciones a recibir.
- Enlaces: remiten al lector a secciones o páginas dentro de una misma información.
- Noticias más leídas: es un ranking de publicaciones que coloca el medio para informar cuales son las que más han sido buscadas.
- Último momento: ofrece en tiempo real una noticia de impacto que aún no ha sido reseñada.

Se puede apreciar como estos elementos refuerzan la interacción con el usuario, responden a sus exigencias y facilitan una difusión sencilla de la noticia. Es decir, la interacción es propia del individuo con los contenidos del cibermedio.

• **Interactividad comunicativa**

Rost (2006) sostiene que la interactividad comunicativa 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. Agrega este autor que su labor 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, 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.

Por otra parte, las herramientas que se utilizan para la interactividad son las que presentan Bernardi y Begero (2006):

- Correo – e: ofrece informaciones de manera específica.
- Carta de lectores: los usuarios relatan experiencias sobre un tema determinado.
- Encuestas: permite al medio medir la participación de los usuarios.
- Foros: propicia el debate sobre un tema de interés general.
- Chat: son servicios que se ofrecen al lector.

Este tipo de interactividad acentúa la relación entre usuario y máquina. Dentro de este proceso hay una relación entre individuos o grupos, quienes intercambian opiniones con el medio, siendo este el intermediario para la ejecución de dicho proceso. De igual modo, Rost (2010), asegura que estos procesos van acompañado de cuatro etapas:

- Etapa de presencia corporativa (1994-1999), en la que los medios disponen de pocas herramientas para la participación.
- Participación marginal (1999-2006), donde se consolidan encuestas y foros, pero no se observa la hibridación de dichas instancias con los contenidos periodísticos del medio.
- Participación asincrónica, en espacios compartidos (2006-2009), en la que se incorporan los weblogs, los comentarios dentro de cada noticia y los sitios de periodismo ciudadano.
- Participación sincrónica, codo a codo (2009-), que se inicia cuando los periódicos comienzan a incorporar a las redes sociales –Facebook y Twitter-, sobre todo dentro de sus interfaces.

Metodología

La presente investigación busca conocer las herramientas de participación que tienen los cybermedios del estado Zulia.

De acuerdo al buscador TN Relaciones (www.tnrelaciones.com), en la región zuliana 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, siendo estos:

www.noticiaaldia.com (puesto 147)

www.panodi.com (puesto 78)

www.laverdad.com (350)

www.versionfinal.com.ve (posición 124)

www.diariocontraste.com (1.012)

www.noticiascol.com (995).

Cabe destacar que tres (3) de los cybermedios escogidos son derivados de su versión impresa (Panorama, La Verdad y Versión Final), mientras que Noticia Al Día, Diario Contraste y Noticias COL, son nativos digitales, de acuerdo a la definición presentada por Prensky (2001), para diferenciar aquellos quienes nacieron antes que se diseminaran las 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.

Por tanto, para comprender y saber qué tipo de herramientas emplean los cybermedios del estado Zulia, se empleó una ficha de observación directa, a fin de ratificar los criterios establecidos. La misma está compuesta por 12 preguntas de escala dicotómica (SI o No) teniendo como indicadores algunos elementos que fomentan la participación como: comentarios, participación ciudadana, uso de redes sociales, contenido generado por usuarios y sugerencias. La ficha fue ejecutada durante la semana del 1 al 7 de octubre de 2017.

Resultados

Tabla 1. Herramientas de participación de los cibermedios del estado Zulia

Ítems	La Verdad		Panorama		Versión Final		Diario Contraste		Noticia Al Día		Noticias COL	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
1.- Se permite al lector comentar las noticias a las que tiene acceso y ver los comentarios de otros lectores	X		X		X		X			X	X	
2.- Tiene la posibilidad el usuario de enviar texto al cibermedio para que este lo publique		X		X		X		X		X		X
3.- El cibermedio puede o no exigir al usuario se registre previamente antes de comentar las informaciones	X		X		X		X			X	X	
4.- Publica el cibermedio videos realizados por los usuarios		X	X			X		X		X		X
5.-Publica el cibermedio fotografías tomadas por los usuarios	X		X		X		X		X		X	
6.-Facilita el cibermedio la opción de valorar las informaciones que han sido publicadas		X	X			X		X		X		X
7.-El usuario puede modificar o corregir contenidos publicados en el cibermedio		X		X		X		X		X		X
8.-Facilita el cibermedio el uso de redes sociales	X		X		X		X		X		X	
9.-Permite el cibermedio que el usuario comparta informaciones con otros usuarios a través de las redes sociales	X		X		X		X		X		X	
10.-Existe una sección dedicada a contenidos enviados por los usuarios		X		X		X		X		X		X
11.-Utiliza foros el cibermedio para que generen opiniones los usuarios		X		X		X		X		X		X
12.-Puede comunicarse el usuario registrado con otros que también lo están	X		X			X		X		X		X

Fuente: El autor (2017)

Los resultados obtenidos por la ficha de observación fueron los siguientes:

- 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.
- Los cibermedios inmigrantes se apoyan en la valoración que los usuarios dan a sus publicaciones, para determinar el número de lectores que acceden a la información.
- Los cibermedios nativos carecen de herramientas interactivas que fomenten una participación activa del usuario en la construcción de la información.

- A través de su versión impresa, los cibermedios inmigrantes, promueven distintas herramientas de su sitio web para que los lectores accedan a complementar una información de interés.
- Los nativos digitales al ser concebidos en la web, se apoyan entre otros recursos tecnológicos para presentar sus informaciones (laptops, tabletas, teléfonos móviles, entre otros).
- Interactividad selectiva es lo que predomina en las muestras escogidas.
- Los cibermedios nativos carecen de una presentación que cautive al consumidor, mientras que los inmigrantes presentan mayores elementos interactivos que incitan a la participación, pero siguen rezagados en un lenguaje convencional.
- El cibernauta sigue siendo pasivo porque aunque en el caso de los medios inmigrantes se garantiza más participación, ésta siempre está condicionada a lo que plantea el editor, el periodista, o la línea del medio de comunicación.

Conclusiones

El ciberperiodismo ha afrontado en los últimos diez años profundos cambios para dar respuesta a una sociedad que se halla inmersa en el proceso tecnológico. Si bien el consumo de información proveniente de diversos soportes ha permitido un periodismo más abierto y participativo, los cibermedios zulianos se han conformado en ofrecer sólo lo más avanzado en herramientas para la interactividad, dejando a un lado la socialización con sus lectores a fin de conocer sus gustos.

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. Abren los contenidos a otros campos en los que se junta lo relevante y lo cotidiano, lo de interés general con lo de intereses de grupos e incluso individuales, lo veraz con el engaño.

De igual modo, incorporan otros contenidos relacionados directos 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, compra-venta, etc.

En este sentido, la interactividad fomenta la participación de los individuos cuyo objetivo fundamental es la comunicación entre personas donde los roles son intercambiables, en parte por los recursos interactivos que la web les ofrece. Por ello, es importante que los cibermedios zulianos sean innovadores y no una copia exacta del formato impreso, para ello, los periodistas deben manejar un lenguaje técnico y generar nuevas formas de comunicación a un público que se ha vuelto selectivo con las informaciones que lee.

Referencias bibliográficas

- Alonso, J. (2005). **Comunicar en internet: el papel interactivo de los sujetos en los nuevos medios**. Revista Opción, N° 48, 57-78. LUZ. Ediciones Astrodata. Venezuela.
- Bernardi, M.; y Bergero, F. (2006). **Con mentalidad de papel**. Periódicos digitales en el interior del país. Revista de la Facultad N° 12. Argentina. Disponible en: http://fade.uncoma.edu.ar/medios/revista/Revista_12/04Maria_Teresa_Bernardi_y_Fabian_Bergero.pdf.

- Cebrián, M. (2009). **Comunicación interactiva en los cibermedios**. Revista Comunicar N°33. XVII. Pp. 15-24. España.
- Larrégola, G. (1998). **De la televisión analógica a la televisión digital**. En Jódar, J. (2010). **La era digital: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales**. Razón y Palabra. Número 71. México. Texto en PDF. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf
- Limia F, M.; Toural, C. y López, X. (2013). **Interactividad y participación en los cibermedios: una propuesta metodológica para la elaboración, registro y análisis de datos**. Simposio Internacional sobre Política Científica en Comunicación. Universidad de Valladolid, España. Facultad de Ciencias Jurídicas y de la Comunicación. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4228721>
- López, X.; Gago, M; Pereira, J. (2002). **Novas tendencias do xornalismo electrónico**. Santiago: Edicións Lea. En: <http://www.oocities.org/es/edgarcajun/lenguaje.pdf>
- López, X. y Silva, A. (2015). **Estrategias para la participación de los usuarios en la producción de contenidos de tres cibermedios de referencia: BBC.co.uk, NYT.com y TheGuardian.com Estudios sobre el mensaje periodístico**. Universidad Complutense España. En <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/50669/47068>
- Montiel, M. (2000). **Los cibermedios como nuevas estructuras de comunicación social**. Revista Opción, N° 16. LUZ. Ediciones Astro Data. Venezuela.
- Orejuela, M. (2015). **Características del periodismo en línea venezolano. 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, N° 1, p.p. 105-134. En: <http://Doi:dx.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.
- Rost, Alejandro. (2006). **La interactividad en el periódico digital**. Tesis doctoral. España
- Vivar, Hipólito (2004). **La formación en las nuevas tecnologías de la comunicación audiovisual**. PDF. En <http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/download/ARAB040>