



Nuevas etapas evolutivas de los cibermedios: Caso www.laverdad.com

CHIRINOS, Exequiades

*Universidad Católica "Cecilio Acosta".
exequiades@yahoo.com*

Resumen

Esta investigación se centra en el estudio de la evolución del cibermedio www.laverdad.com. a partir del análisis de una muestra de los contenidos periodísticos y de los contenidos de servicios; y de entrevistas no estructuradas a los responsables del Sitio web. El estudio revela que el desarrollo de un cibermedio pasa por diversas fases hasta ahora no identificadas por Cely y Neüman, 2000; Abreu, 2003; Álvarez Marcos, 2003; y Guerrero y Huerta, 2002, quienes las describen en términos absolutos, cuando entre una fase y otra existen matices, modalidades en la evolución hasta ahora no observadas.

Palabras clave: Cibermedio, TIC, portalización, evolución.

New evolutionary stages in cyber-medias: the www.laverdad.com case

Abstract

This research is centered on the study of the evolution of the cyber-media www.laverdad.com. It begins with the analysis of a sample of the journalistic contents and of the contents of services; as well as non-structured interviews of people in charge of the web sight. The study reveals that the development of cyber-media passes through diverse phases which until were now not identified by Cely and Neüman, 2000; Abreu, 2003; Alvarez Marcos, 2003; and Guerrero y Huerta, 2002, who described them in absolute terms. But between one phase

and other one there are alternatives and modalities in the evolution which until now were not observed.

Key words: Cybermedia, TIC, portalización, evolution.

Introducción

El presente trabajo de investigación plantea el estudio de la evolución del cibermedio *www.laverdad.com*. a partir de su transformación radical el 18 octubre de 2005. Este estudio se centra en el análisis de una muestra de los contenidos periodísticos y de los contenidos de servicios, revisados durante el mes de febrero de 2006 (del 13 al 20), y de entrevistas no estructuradas a los responsables del proceso de cambios y administración de la página web (al gerente general, la jefa de la edición digital y al web master). Se seleccionó un corpus de diez ediciones del cibermedio en sus tres actualizaciones diarias y en éstas se estudiaron las dimensiones de los contenidos de información periodística (CIP) y de los contenidos de servicios, para lograr una visión integral de la transformación.

Los modelos teóricos que guían y sustentan esta investigación se ubican en los fundamentos de los trabajos de Cely y Neúman (2000), Guerrero y Huerta (2002), Abreu (2003), Álvarez Marcos (2003), Pineda (2004), Salaverría (2004); López, Gago y Pereira (2003), y Codina (2003).

1. Fundamentación teórico-metodológica

1.1. Internet y los nuevos medios de comunicación social

Antes de Internet -y por razones técnicas-, los medios de comunicación social eran 'monomediáticos' (Álvarez Marcos, 2003) debido al uso particular de un solo lenguaje: escrito, oral o audiovisual y correspondían a la prensa, la radio y la televisión respectivamente, los tres medios por excelencia que, entonces, parecían difíciles de combinar. Los medios audiovisuales -la radio y la televisión-, por usar electricidad como base para su proceso de produc-

ción y divulgación, eran caracterizados como medios electrónicos, dado que este era su soporte.

Al adaptarse al radical proceso de innovación tecnológica que significó la irrupción de Internet en el mundo de la comunicación, los medios de comunicación social pasaron a transformarse en cibermedios o Medios Cibernéticos de Comunicación Social (MCCS), última definición de Cely (2000).

La nueva conceptualización obedece a que, por estar en una red telemática -Internet, la web o más preciso en un entorno-red-, los medios monomediáticos asumen otras características, especialmente la posibilidad de convertirse en un medio integrador de todos los lenguajes -escrito, oral y el nuevo lenguaje digital- y de adquirir otras facultades que provee el nuevo espacio público, el ciberespacio, como ser digitales, hipertextuales e interactivos.

1.2. Incorporación de la tecnología en los diarios venezolanos

Se parte de la investigación de Neüman (1997), para argumentar que en Venezuela el tránsito inicial de los medios monomediáticos comenzó por el sector prensa. En efecto, tres de los más importantes diarios -El Nacional, El Universal y Panorama- fueron los pioneros en adquirir nuevas herramientas tecnológicas para aplicarlas al proceso de producción, especialmente para la elaboración de contenidos y el área de diseño.

El Nacional, El Universal y Panorama fueron los periódicos que en el año 1978 compraron computadoras para incorporarlas al procesamiento de sus materiales informativos, decisión que los convirtió en los primeros matutinos en Latinoamérica en dar ese paso tecnológico (Neüman, 1997).

De acuerdo a lo planteado por Neümann (1997), antes de la década de los '80 no existía una asociación entre las nuevas tecnologías basadas en lo digital, las Tecnologías de la Información (TIC), y los periódicos venezolanos; y la razón primordial por la cual los tres matutinos fueron prácticamente obligados a incorpo-

rar la tecnología, fue el auge creciente de la microelectrónica en el sector de la industria informativa.

De los tres periódicos, el único que confrontó inconvenientes para incorporar las computadoras a la redacción fue el diario El Nacional, el cual en el año 1978 creó El Nacional, edición occidente –una versión del periódico caraqueño orientado a satisfacer la demanda de contenidos de los lectores del occidente venezolano y a convertir al diario en un medio de verdadero alcance nacional, al estilo del periódico japonés The Asahi Shimbun.

En el año 1978, El Nacional Occidente optó por incorporar las computadoras, denominadas VDT (Video Display Terminal), y se produjo una fuerte oposición del gremio periodístico ordenado por parte del Colegio Nacional de Periodistas (CNP) que las rechazó y decretó un paro de periodistas que duró 80 días, decretando la muerte del proyecto periodístico impulsado por Miguel Otero Silva, principal accionista del matutino caraqueño y mentor del nuevo matutino.

Después de esa fecha y superados los problemas con el gremio periodístico, los diarios venezolanos siguieron la tendencia mundial de usar computadoras para los procesos de producción y diseño de contenidos.

Para el año 1992 todos los medios de comunicación social venezolanos usaban esta herramienta, incluyendo el diario El Universal el cual, a principios de los años '90 y después de adquirir las PC, estaba renuente a sustituir las máquinas de escribir por estos equipos, decisión que cambió a raíz de la fuerte presión ejercida por los periodistas y el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Prensa (SNTP), los cuales lograron, finalmente, que los equipos se incorporen a la Sala de Redacción.

1.3. Cibermedios en Venezuela

Con el advenimiento de Internet, los tradicionales medios de comunicación social venezolano se sumaron a la onda de crear su respectivo sitio web y los primeros en dar ese paso fueron los dia-

rios, es decir, la prensa venezolana continuó siendo pionera en sumarse a las innovaciones tecnológicas.

Los diarios El Nacional y El Universal se ubicaron entre los primeros medios en América Latina en establecerse en Internet (Abreu, 2003) y la tendencia de los periódicos a acoger con beneplácito las nuevas tecnologías se confirma con la investigación de Cely y Neuman (2000), la cual determinó que el mayor porcentaje de los MCCA o cibermedios de Venezuela, un 74%, provienen de los medios impresos.

Según Abreu (2003:7), “en la actualidad todos los diarios de alcance nacional tienen presencia en Internet”, lo que significa que en Venezuela los periódicos tradicionales están volcados a la web, seguidos por el resto de los medios de comunicación social radiales y audiovisuales.

1.4. Crecimiento de los cibermedios venezolanos

Hoy día es evidente el crecimiento de los cibermedios en Venezuela, afirmación corroborada por los datos del portal venezolano <http://www.auyantepuy.com>. (julio, 2005), cuyos registros ha aumentado sólo en el sector “periódicos”, a 57 ediciones digitales correspondientes en su mayor parte a los principales diarios y semanarios venezolanos que mantenían exclusivamente impresión tradicional. Al compararse este resultado con las 48 ediciones asentadas por ese portal hasta julio-2004, se refleja un incremento de 9 sitios más en el sector período en sólo un año, hecho que indica una tendencia al crecimiento de los cibermedios en Venezuela.

En enero de 2006, seis meses después de la verificación de julio 2005, la cifra registrada en www.auyantepuy.com sumó 62, producto del nacimiento de nuevos medios impresos y digitales, lo cual significó que en sólo un semestre la cifra de cibermedios aumentó en 6 nuevos sitios, uno por mes.

1.5. Caracterización de los cibermedios

Los cibermedios son medios de comunicación en la Web pero orientados a difundir contenidos periodísticos. Al respecto Salaverría (2004:2) afirma que “denominamos ‘cibermedios’ a aquellos medios de comunicación que emplean el ciberespacio como ámbito para la difusión pública de informaciones periodísticas. Son, por tanto, cibermedios, todos aquellos que ofrecen contenidos en la Web, tanto si disponen de una edición alternativa en otro soporte como si se publican exclusivamente en Internet”.

Desde esta perspectiva, todos los medios de comunicación social venezolanos que elaboran y difunden contenidos periodísticos en la Red son considerados cibermedios, sobre todo los impresos que, como ya se refirió anteriormente, fueron pioneros en dar el salto hacia la versión digital en la web.

Más allá de sus características tecnológicas generales, un verdadero cibermedio se caracteriza porque utiliza hipertextos abiertos a las actualizaciones informativas, mientras que los medios tradicionales usan documentos que por sus características técnicas están imposibilitados de renovarse constantemente.

Los hipertextos son aquellos documentos digitales organizados en forma hipertextual que permiten la micronavegación (al interior del propio documento) y la macronavegación (entre éste y otros documentos), hecho que posibilita diversas formas de interactividad (Codina, 2003:144). Este autor define un hipertexto como “un documento digital complejo, formado por un conjunto de elementos no necesariamente homogéneos, dotado de una determinada composición interna y que se puede leer o visualizar de una manera no necesariamente secuencial”.

1.6. Clasificación de los cibermedios

En una amplia categorización de López, Gago y Pereira (2003), los cibermedios pueden clasificarse en estáticos y dinámicos. Los primeros se caracterizan porque su proceso es material, con limitaciones del lenguaje HTML y dificultades cuando deben construirse infinidad de noticias que obligan a modificar la portada

y añadir referencias a los archivos, es decir, generan un arduo trabajo cuando se pretende producir nuevas noticias y preservar las informaciones anteriores en la hemeroteca.

Los cibermedios dinámicos surgieron a raíz de los problemas presentados por los cibermedios estáticos y destacan porque usan sistemas dinámicos de gestión de contenidos sustentados en la negociación entre las diferentes partes. “Cuentan con una, dos o quizás tres páginas ‘físicas’ -es decir plantillas- para representar visualmente en pantalla 10.000 noticias. En el sitio web estático serían necesarias 10.000 páginas diferentes” (López, Gago y Pereira, 2003:197). Consideran estos autores que la clave de los cibermedios dinámicos radica en que las páginas son contenedores flexibles que permiten representar la información que el sistema negocia entre el servidor y el usuario.

1.7. Etapas o fases de los cibermedios

Los cibermedios tienen diversas etapas de evolución y, en el caso venezolano, aparte del auge cuantitativo, el desarrollo de los cibermedios se enmarca dentro de diferentes fases que, según los investigadores, abarcan desde una versión digital igual a la imprenta hasta la portalización. Esta última etapa del cibermedios es cuando la presentación digital adquiere un perfil totalmente diferenciado de su medio tradicional (impreso) de origen.

Cely y Neuman (2000) proponen una clasificación de los cibermedios basada en tres categorías: Viejos Medios con Nuevos Soportes, Medios Cibernéticos de Comunicación Social (MCCS) y Medios Personalizados.

De acuerdo a la clasificación de Cely y Neuman (2000), los primeros se corresponden con aquellos medios que son idénticos en el entorno-red y no proporcionan interactividad, dado que los contenidos no son hipermediales; los segundos sí proporcionan las oportunidades que brinda el entorno-red, el ciberespacio; y los terceros, medios personalizados, son aquellos estructurados según las necesidades del cibernauta.

Abreu (2003), por su parte, distingue cuatro fases en el proceso de ediciones impresas en digitales: La primera cuando los medios tradicionales crean una copia idéntica en Internet y, por ende, son los mismos contenidos; la segunda, cuando añaden informaciones nuevas a la edición impresa; la tercera, cuando crean una “edición totalmente electrónica de la publicación” o, más preciso, una versión digital y, la cuarta, son los medios nacidos en la era digital, sin soporte físico porque son estrictamente virtuales.

Existe una tercera denominación para el último estadio de desarrollo de los cibermedios que se denomina ‘portalización’ (Alonso y Martínez, 2003), fase en la cual el sitio de un medio se transforma en un portal totalmente diferenciado del medio original convencional: “Los periódicos digitales han ampliado y diversificado sus contenidos, con la incorporación de nuevos servicios, en un proceso que podemos denominar ‘portalización de los medios’” (Alonso y Martínez, 2003: 268).

Las clasificaciones de Cely y Neüman (2000) y Abreu (2003), apuntan a caracterizar los aspectos tecnológicos de la evolución del cibermedio, de ahí que, de acuerdo a nuestro criterio, se orientan por una clasificación tecnológica y se concentran en las fases tecnológicas del mismo.

Existe, sin embargo, otra definición desde la perspectiva de los contenidos propuesta por Álvarez Marcos (2003) orientada a caracterizar la evolución del ciberperiodismo pero que sirve para categorizar a los cibermedios. Este autor establece tres etapas relacionadas directamente con los cibermedios: 1) Cuando se pasa de lo publicado en papel a digital, sin modificación alguna; 2) Se parte de una base analógica y los contenidos se preparan y se complementan para su edición en la Web y 3) La etapa cuando los medios, cibermedios, generan noticias e historias pensadas exclusivamente en función del lenguaje digital que se usa en Internet, el entorno-red.

Con relación a la primera fase, Álvarez Marcos (2003:249) considera que en la actualidad es una etapa “primitiva”, que supone ya ha sido abandonada. Respecto a la segunda etapa, la tipifica como un período de transición del periodismo convencional al ciberperiodismo.

Y estima que en la tercera y última etapa, los cibermedios se caracterizan porque se actualizan constantemente, al ritmo de producción de la información, y no dos o tres veces al día como hacían los diarios pioneros de la Red, sino que se adaptan al frecuente ritmo de la información. En esta etapa la información pasa a ser 'información en red' en vez de 'información por la red' y es continua en razón de la actualización permanente. La tipología de este último autor citado, con base a los contenidos, establece una marcada diferencia con las anteriores categorías de evolución de los cibermedios que se sustentan en la razón tecnológica del medio.

Guerrero y Huerta (2002, citados por Alonso y Martínez, 2003: 269) presentan una tipología de cuatro fases sustentada en los contenidos pero más discriminada en virtud de que los clasifican como: contenidos de información, contenidos de servicios, contenidos de comunicación o relaciones y contenidos de infome-diación o intermediación.

Ambos autores, coinciden en que la primera fase de los cibermedios es una reproducción al calco de los contenidos (texto e imágenes fijas) y secuencia narrativa; precisan que en la segunda, el hipertexto abre las posibilidades de utilizar sonidos e imágenes en movimiento y en la tercera etapa se produce un aumento de los contenidos multimedias y nuevos servicios a los cibernautas. La cuarta fase es cuando se asemejan a los portales.

Consideran Guerrero y Huerta (2002, citados por Alonso y Martínez, 2003: 269) que es a partir de la segunda fase cuando se inicia en los cibermedios el proceso de portalización, de separación del medio convencional; que en la tercera etapa además ofrecen el servicio de comercio electrónico y, en el último lapso, las redacciones contratan personal dedicado exclusivamente al trabajo de la edición virtual, on line.

Lo cierto de todas estas diversas clasificaciones es que un cibermedio molde de la versión impresa escrita resulta completamente arcaico en la etapa actual de desarrollo del ciberperiodismo.

En el Cuadro 1 se presenta un resumen comparativo contentivo de las diferentes concepciones tipológicas de evolución de los

**Cuadro 1. Tipologías de evolución de los cibermedios
(en orden creciente, del 1 al 3)**

Cely y Neüman (2000) Tres fases	Abreu (2003) Cuatro fases	Álvarez Marcos (2003) Tres fases basadas en la evolución del ciberperiodismo	Guerrero y Huerta (2002) Cuatro fases
1) Viejos medios con nuevos soportes	1) Los medios tradicionales crean una copia idéntica en Internet y usan los mismos contenidos	1) Cuando se pasa de lo publicado en papel a digital, sin modificación alguna	1) Reproducción literal o volcado de los contenidos de prensa escrita, de forma secuencial y sin imágenes
2) Medios Cibernéticos de Comunicación Social (MCCS)	2) Añaden informaciones nuevas a la disponibles de la edición impresa	2) Se parte de una base analógica y los contenidos se preparan y se complementan para su edición en la Web	2) Se introduce el hipertexto y se incorporan elementos audiovisuales como imágenes y ficheros de sonidos
3) Medios personalizados	3) Edición totalmente electrónica (digital) de la publicación	3) La etapa cuando los medios, cibermedios, generan noticias e historias pensadas exclusivamente en función del lenguaje digital que se usa en Internet, el entorno-red.	3) Incrementan los contenidos multimedia y se ofrecen nuevos servicios y contenidos de información a los usuarios, sobre todo orientados al ocio y al entretenimiento. Se crean comunidades, aprovechando la capacidad de marca del medio.
	4) Los medios nacidos en la era digital, sin soporte físico porque son estrictamente virtuales.		4) Portalización. Contenidos exclusivos para la Red e incorporación de más elementos interactivos (foros, chats, encuestas, etc) con más servicios al igual que un portal.

(Chirinos, 2006).

cibermedios establecidos por Cely y Neüman (2000), Abreu (2003), Álvarez Marcos (2003) y Guerrero y Huerta (2002).

Un cibermedio, de acuerdo a Alonso y Martínez (2003), tiene tres objetivos que los diferencia de un medio tradicional: la producción informativa, usuario e interactividad y nuevos contenidos.

Significa que en términos de producción informativa se reformula la forma de construir las notas abarcando desde la búsqueda en fuentes tradicionales y del ciberespacio hasta la redacción, última fase que implica la posibilidad de utilizar hipertextos y elementos multimedia, cambiando la estructura narrativa; todo enmarcado dentro del concepto de actualización permanente.

Con respecto al usuario e interactividad, los mismos tienen la oportunidad de participar en la construcción de las informaciones al adquirir un papel más activo y, por último, con relación a los nuevos contenidos, el cibermedio debe estar en disposición de ofrecer contenidos de información, contenidos de usuario y contenidos de servicios (Alonso y Martínez, 2003: 289).

Los contenidos de información son elaborados por los periodistas exclusivamente para los cibermedios y los contenidos de usuario son aquellos en los cuales tiene participación la ciberaudiencia. Los contenidos de servicios, por su parte, están relacionados con información de utilidad como los datos meteorológicos, los sorteos, los obituarios, entre otros; los servicios de gestión, los traductores, comerciales, sobre todo-, y los servicios de entretenimiento que son interactivos y guardan relación con los juegos, archivos de video, música, etc.

2. Organización y diseño de los contenidos de información periodística y de los contenidos de servicios en La Verdad.com

Con el fundamento teórico de los trabajos de Alonso y Martínez (2003) Cely y Neüman (2000), Abreu (2003), Álvarez Marcos (2003), y Guerrero y Huerta (2002), el presente estudio desarrolla el análisis de los contenidos de información y de los contenidos de

servicios de la página web del diario La Verdad: www.laverdad.com en el lapso comprendido del 13 al 20 de febrero 2006.

El Sitio de La Verdad tiene una propia organización y disposición de los contenidos de información, de usuario y de servicios guiados por los modelos de diseño de Sitios como www.elclarin.com, www.elmercurio.com, www.elpais.es y las experiencias de editores consultados.

Los contenidos de información, que en este caso se llamarán contenidos de información periodística (CIP), corresponden básicamente a las noticias las cuales tienen su propia estructura y están redactadas con estilo periodístico. Ocupan, en este caso, el mayor espacio del *home* y están dispuestos de diferentes maneras a lo largo y ancho de la web, mientras que los contenidos de servicios están todos agrupados en un módulo vertical a la derecha y en la parte central y baja del diseño del Sitio. No existen los contenidos de usuarios.

2.1. Contenidos de información periodística (CIP)

La jerarquía de los contenidos de información periodística (CIP) y las respectivas secciones que los conforman pueden evaluarse de dos formas: con relación al destaque de las informaciones, aspecto relacionado directamente con la propia relevancia de la noticia, y en cuanto a su ubicación en el Sitio, referido al diseño y disposición de las informaciones en orden descendente.

Los contenidos de información periodística (CIP) en www.laverdad.com se organizan mediante criterios de a) las fuentes, b) la edición, c) la importancia de la noticia, d) las noticias del día, e) la ocurrencia de los hechos, f) la edición impresa, g) titulares, h) dibujo-mancheta, i) verso, j) suplementos y, k) la encuesta en línea. Estos pueden o no estar identificados como secciones.

Los CIP agrupados bajo el criterio de las fuentes están distribuidos en cuatro secciones: a) Noticias, que se dividen, a su vez, en Política, Economía, Aldea Global, Zulia y Sucesos; b) Opinión, que comprende Opinión, Editoriales e Investigación (subdividida en “Reportes especiales”); c) Vida, que se subdivide en Espectácu-

los, Estrategia y Mercado, Turismo y Sociales d) Deportes, que abarca únicamente los deportes en términos generales y e) Noticia de sucesos, que es una única información de sucesos dispuesta en el titular de una sola línea.

Todas las fuentes están agrupadas, en cuanto a diseño, en una sola línea en color azul, excepto para la noticia de sucesos que está en rojo y, en orden de importancia, están situadas justo debajo del cabezal del sitio.

Según la publicación, es la parte que comprende las “Ediciones Anteriores” del Sitio y utiliza un buscador que permite seleccionar el día, mes y año, para resaltar con más precisión. Sólo tiene disponibles las impresiones a partir del 29 de febrero de 2004.

Las “Noticias del día” es una sección conformada con base al índice de las informaciones de la fecha y organizada por fuentes: Política, Economía, Aldea Global, Deportes, Espectáculos y Sucesos, en ese orden y en un cuadro que indica el título de la información y un resumen de la misma.

La Edición Impresa corresponde a la versión del periódico La Verdad que el cibernauta puede consultar en formato PDF de dos formas: la primera página o la edición completa, está también disponible sin costo alguno.

El criterio utilizado se basa en “la importancia de las noticias”, no es propiamente una sección sino que es el área donde se despliegan las noticias más relevantes en diseños horizontal y vertical y abarca el mayor porcentaje del Sitio. Para objeto de este estudio se denominan “noticias destacadas” y se estructuran con base a cinco noticias -cuatro horizontales y dos verticales- las cuales llevan fotografías y sus titulares son más desplegados que el resto de los contenidos. Los títulos están en azul y el texto en gris.

La ocurrencia de las noticias del día es un área que identifican con la sección “Al momento” y se organiza con base a los avances de las noticias provenientes, en un ciento por ciento, de tres agencias de noticias extranjeras (EFE, AFP y AP) y una nacional, la Agencia Bolivariana de Noticias (ABN).

“Titulares” es un área que se ubica en el medio entre las tres noticias horizontales y las dos verticales y se estructura con base a tres noticias en el *home* que, en la medida que se abren las informaciones, aparecen nuevos titulares. Los tamaños de los títulos son 7.5 puntos, semejantes al tamaño de las noticias de la sección “Al Momento”, y “Titulares” se distingue porque está indicado en color azul.

Otro de los contenidos corresponden al dibujo-mancheta (“La pelota coja”) el cual aborda el tema periodístico del día y está firmado con un seudónimo (Feyo) y a un verso (“Victorhugación”) referido, igualmente, al tema del momento.

“La Verdad Educa” es la sección ubicada en la parte baja del *home* de www.laverdad.com y está constituida por los suplementos que edita el periódico: Alma Mater, Mundo Joven y Tin Marín, los cuales pueden ser consultados íntegramente, en su versión completa, en formato PDF.

La encuesta en línea corresponde a la sección “Encuesta On-Line” generalmente sobre tópicos periodísticos regionales y, más allá de ser propiamente un contenido, constituye un género ciberperiodístico utilizado con el interés de fomentar la participación de la ciberaudiencia, es decir, la interactividad.

Basados en el criterio del ‘despliegue de las noticias’, las informaciones jerárquicamente más importantes son aquellas cuatro dispuestas en horizontal y las dos diseñadas en vertical, que ocupan el mayor porcentaje de la distribución espacial de la web y siempre cuentan con apoyo gráfico de fotografías, dibujos o imágenes institucionales.

A éstas le sigue la noticia de sucesos diseñada en color rojo y ubicada al lado de las secciones Noticias, Opinión, Vida y Deportes, la cual por su color y estar justamente en la parte superior de la primera información en horizontal desplegada, atrae a la ciberaudiencia.

Después la sección “Al Momento”, correspondiente a los avances de las informaciones que ocurren durante el día que está ubicada en el medio y a la derecha de la web.

Las secciones Noticias, Opinión Vida y Deportes; Titulares, Ediciones Anteriores y Noticias del Día jerárquicamente pueden equipararse en cuanto al despliegue porque todas están construidas con base a enunciados, a los cuales el interesado tiene necesariamente que acceder, con el ratón, para conocer los contenidos.

“La Verdad Educa” (suplementos) resalta porque aparecen cada una de las respectivas ediciones de “Alma Mater”, “Mundo Joven” y “Tin Marín” pero, por ubicarse en la parte más baja del *home*, no tiene la extensión de los contenidos anteriores, de ahí que su despliegue es menor.

“La Pelota Coja” (dibujo-mancheta), “Victorhugación” (verso periodístico) y la “Encuesta On-Line”(encuesta periodística) destacan individualmente y compiten en cuanto a despliegue porque son secciones propias con logos y diseños particulares, elaborados con base a imágenes y dibujos, con excepción de la encuesta.

Por último, “Titulares” puede ser considerada una sección de menor jerarquía que todas las anteriores porque sólo contiene los títulos de las noticias en el tamaño más pequeño (7,5 puntos) y por estar situada en un punto intermedio entre las informaciones horizontales y las verticales, las cuales dominan el Sitio y afectan la visibilidad de esta sección.

No obstante, este criterio que permite aproximarnos a una jerarquización de los contenidos de la edición digital de La Verdad puede ser discutible en función de que cada ciberusuario traza su propio camino al abordar los contenidos de los cibermedios a su manera, en virtud de que la lectura hipertextual tiene un carácter connotativo.

Respecto al criterio de ‘ubicación en el diseño’, en la lectura descendente (de arriba hacia abajo) de www.laverdad.com destacan primero las secciones “Ediciones Anteriores” y “Noticias del Día” que se sitúan en la parte más alta del *home*, justo después del *banner* publicitario rotativo con el cual inicia el Sitio.

Seguidamente, las secciones Noticias, Opinión, Vida y Deportes y la noticia de Sucesos; e, inmediatamente, más abajo y en la zona central, se ubican las tres primeras noticias desplegadas en

horizontal junto con las secciones “La Verdad Impresa” y “Al Momento”, situadas en el margen derecho.

Luego, continuando el orden descendente, se encuentran la sección “Titulares”, las dos noticias desplegadas en vertical y la encuesta en línea; más abajo, la cuarta noticia desplegada en horizontal de la sección “Turismo” y, debajo, los suplementos del periódico anexados a la web. Inmersos entre los contenidos de servicios situados en la parte derecha-inferior, se ubican el dibujo-mancheta y el verso periodístico.

2.1.1. Elementos de los CIP

Los contenidos propios elaborados por los periodistas del sitio web o de la redacción impresa que se incluyen en la versión digital son netamente periodísticos y contienen texto, fotografía y el correo del periodista. La extensión máxima del texto es de 2.500 caracteres con espacios y en el caso del periodista de la web las informaciones tienen después del título sólo las iniciales del reportero y, al final, el correo noticias@laverdad.com, mientras que las noticias de los periodistas de la versión impresa incluyen sus nombres completos y el mismo correo de los comunicadores del Sitio (noticias@laverdad.com).

Los contenidos carecen de vínculos internos o externos (links de interés, noticias relacionadas), no ofrecen la posibilidad de ser evaluados por la ciberaudencia (votar por las noticias) y tampoco la opción de ser enviados a correos de terceros (“enviar por correo”) o “imprimir”.

2.2. Contenidos de servicios (CS)

Con relación a los contenidos de servicios (CS), son todas aquellas informaciones diferentes a las noticias y las cuales no están estructuradas como tales porque aparecen como datos aislados de interés para el usuario. En este caso comprenden, en primer término, la información del tiempo que está en la parte más alta del Sitio, encima del cabezal y al lado del buscador y se refiere a dos

variables: la temperatura en grados centígrados y el tiempo (“30°C Soleado”). Le sigue el buscador del Sitio que permite examinar por palabras y por secciones.

La web dispone de un área de concurso propio del periódico, que corresponde con la denominación de servicios de entretenimiento, luego una información específica de interés para los funcionarios públicos (“Escala de sueldos para los empleados públicos”) en la cual se pueden consultar en línea los escalafones; luego los cines que, aun cuando pertenecen a una sola empresa, Cines Unidos, muestran las películas, los estrenos, los costos de los boletos, y las proyecciones en cada una de las salas de Venezuela, entre otras informaciones de interés.

Sigue “Obituarios”, sección diseñada en color gris y con una cruz, que informa acerca de los decesos en el Zulia mediante cuadros denominados QEPD (“Que en paz descanse”) semejantes a los publicados en el periódico.

Luego “Sudoku” un juego que definen como “acertijos matemáticos que aparecieron por primera vez en publicaciones estadounidenses en la década de los setenta” y cuyo objetivo es rellenar cuadrículas. Corresponde a servicios de entretenimiento y es de hacer notar que nunca pudo abrirse en los días analizados.

Por último están los “Indicadores Económicos” con información sobre el comportamiento del Dólar, del Bolívar, de los mercados Dow Jones y BVC; y, tercero, los “Resultados Deportivos”, que contienen información acerca de las competencias deportivas, sobre todo de las disciplinas béisbol y baloncesto, dos de los deportes más importantes en Venezuela y los cuales se actualizan en función de los partidos.

2.2.1. Elementos de los contenidos de servicios

Con excepción de las asistencias del Buscador y los cines, todos los servicios se organizan con base a texto y diseño, sin imagen alguna. Es el caso de los Obituarios que son diagramados como los avisos del periódico impreso y los “Indicadores Económicos” y “Resultados Deportivos” que no tienen fotografías o imágenes.

El Buscador del Sitio carece de “búsquedas avanzadas” y sólo indaga en la edición digital de La Verdad y, la sección de Cines, corresponde a un sitio de una empresa distinta a La Verdad: <http://www.cinesunidos.com/index.htm>, de “Cines Unidos”.

Los servicios que ofrece el Sitio están relacionados directamente con las necesidades de la audiencia venezolana y específicamente del Zulia, de allí que sus tópicos -escala salarios de los servidores públicos, por ejemplo- constituyen información pertinente para la comunidad de Venezuela, sobre todo la sección de Obituarios que se refiere a los fallecimientos en el Zulia. Inclusive, la parte del juego tiene relación con el contexto nacional y regional, dado que la actividad lúdica, de esparcimiento, caracteriza al zuliano.

3. Actualizaciones de los contenidos

El Sitio www.laverdad.com presenta actualizaciones de los contenidos de información periodística (CIP) y de los contenidos de servicios, pero sobre todo en un alto porcentaje de los primeros, los cuales constituyen la columna vertebral de la web.

Los contenidos de servicios permanecen en su mayor parte invariables hasta la edición del día siguiente y sólo se producen actualizaciones en la sección “Resultados Deportivos” cuando concluyen los partidos y es necesario informar sobre los resultados. Esta sección, además, en muchos casos significa el cierre de las ediciones digitales del día porque en ocasiones los juegos, especialmente de béisbol, terminan tarde – después de las 10 pm (hora local) y es necesario esperar hasta ese momento para poder informar.

El sitio fue observado durante diez días continuos correspondientes del 13 al 22 de febrero, ambas fechas inclusive, y se analizó en sus tres actualizaciones diarias: 8:45 a.m., 1 p.m. y a las 8:45 p.m.

Tomando como base principal los contenidos de información periodística (CIP), el Sitio del diario La Verdad efectúa dos tipos de actualizaciones que pueden denominarse principales y secundarias en función del carácter, la importancia de las noticias y su destaque en la web.

3.1. Actualizaciones principales de los CIP

Las actualizaciones principales son aquéllas que corresponden a las noticias más resaltantes que, en el sitio estudiado, destacan porque están desplegadas en diseños horizontal y vertical; apoyadas con fotografías y titulares más grandes, en letras tamaños 13.5, y 12 puntos para las noticias en horizontal y 9 puntos para las informaciones en vertical. Corresponden a cinco (05) noticias: tres (03) diseñadas en forma horizontal y dos (02) en forma vertical.

Por sus características constituyen noticias completas, no avances, generalmente con contenidos informativos periodísticos propios elaborados por el equipo de periodistas de www.laverdad.com, por los reporteros de la versión impresa o, en otros casos, provenientes de las agencias de noticias.

Por su despliegue son aquellas que jerárquicamente resultan las más importantes porque se relacionan con los hechos relevantes que ocurren durante el día, y son generalmente de orientación política o económica. Están distribuidas en forma horizontal y vertical, ocupan la mayor parte del Sitio y en su despliegue dominan las informaciones horizontales, las cuales tienen los titulares más grandes y están agrupadas de primeras en orden descendente.

Durante el período de observación, estas noticias jerárquicamente más importantes sufrieron sustituciones en las diferentes actualizaciones de la página web con lo cual se produjo el proceso que denominamos “actualización principal”. Éste constituye la parte medular en lo correspondiente a la actualización de contenidos.

El estudio arrojó que las cinco noticias principales de la primera edición, denominadas en nuestro estudio “noticias destacadas”, fueron actualizadas en la segunda edición con nuevas noticias y en su totalidad en la tercera versión del sitio, generando en la noche (8:45 PM) un *home* distinto al consultado para la primera hora de la mañana (8:45 AM).

En la segunda edición del mediodía (1:00 p.m.) se actualizaron un mínimo de cuatro (04) “noticias desplegadas” y las restantes eran posteriormente sustituidas en la edición analizada a las

8:45 p.m. con lo cual se cumplía la actualización total de los contenidos más importantes.

Las nuevas noticias principales dispuestas en el Sitio se distribuyeron entre contenidos informativos periodísticos propios, elaborados por los periodistas de la web, e informaciones de las agencias. Generalmente eran dos o tres noticias propias y el resto proveniente de las agencias de noticias extranjeras y nacionales. Las noticias de los periodistas de la web se referían sobre todo a temas políticos y económicos nacionales o regionales.

Por ejemplo, el día 13 de febrero en la edición observada a las 8:45 a.m. en las noticias desplegadas, todas correspondieron a informaciones provenientes de la redacción convencional. A la 1:00 p.m., la proporción cambió porque la actualización correspondió a dos (02) noticias propias de la redacción digital y tres (03) de las agencias. Finalmente, en la tercera y última observación de ese día, a las 8:45 p.m., aumentó el número de noticias propias de los periodistas de www.laverdad.com a tres (03) y dos (02 de las agencias).

El día 14 de febrero, en la primera observación (8:45 a.m.), cuatro (04) noticias correspondían a los periodistas de la redacción convencional y una (01) a las agencias. Posteriormente, en la segunda observación (1:00 p.m.), creció el número de informaciones propias de la edición digital a tres (03) noticias por dos (02) de las agencias y, finalmente, en la tercera observación del proceso de actualización (8:45 p.m.), se mantuvo la tendencia de tres (03) noticias propias, de los periodistas de la web, y dos (02) de las agencias, aunque distintas a la versión observada a la 1 p.m.. Esta tendencia se mantuvo durante el lapso de observación de los contenidos de www.laverdad.com.

3.2. Actualizaciones secundarias de los CIP

Las actualizaciones secundarias son aquellas que corresponden a las noticias más resaltantes que se agrupan en la sección denominada “Al momento”, diseñada verticalmente y ubicada en la parte derecha del Sitio, en el centro de la web.

Constituyen avances de noticias elaboradas sólo con base a texto, en letra de 12 puntos para el titular y 10 puntos para el texto; carecen de apoyo de fotografías y contienen la hora exacta de su inserción en la web.

Se le denominó “actualización secundaria” porque jerárquicamente, en cuanto a despliegue, son menos importantes que aquellas noticias construidas con base a título, texto y fotos, pero son en el fondo la parte más dinámica de la web porque su actualización es constante, incluso a intervalos de minutos.

Durante el período de observación se detectó lo siguiente: La sección “Al Momento” es aquella en donde se contabilizó el mayor número de actualizaciones de informaciones, entre 59 y 69 por día, elaboradas como especie de avances (flashes) con fuentes provenientes en su totalidad de agencias de noticias internacionales y una sola agencia nacional, con la característica de que están acumuladas con el indicador de la hora.

Generalmente a las 8:45 a.m. el número de actualizaciones en la sección “Al Momento” alcanzó la cifra de 5 y 24 a la 1:00 p.m., mientras que a las 8:45 p.m., acumuló un estimado de 49 noticias, de acuerdo a los días observados.

Los lapsos de las actualizaciones, según las horas indicadas en las informaciones, reflejan que el momento cuando comienzan a incluirse las noticias varía entre 7:30 a.m. y 8:00 a.m. y culminan entre 6:30 p.m. y 7:00 p.m.

Por ejemplo, el 15 de febrero empezó a actualizarse a las 7.35 a.m. (“Diputado Carlos Escarrá: CNE estará conformado por gente honesta, capaz y comprometida con el país”) y terminó a las 6.33 p.m. (“Italia, Brasil y Argentina son los favoritos en Mundial-2006”).

El 16 de febrero empezó a actualizarse a las 8.01 a.m. (“Cru- do supera 58 dólares después de fuerte caída”) y terminó a las 6.56 p.m. (“Uribe no arranca compromiso político a Bush para TLC”).

Respecto a la cifra de noticias que maneja la sección, esta oscila entre 59 y 69 noticias por día, de acuerdo a los registros de los diez días consultados, lo cual evidencia que es la sección donde se

produce el mayor número de actualizaciones con, incluso, intervalos de minutos entre una información y otra.

Sin embargo, en “Al Momento” no hay contenidos informativos periodísticos propios porque el ciento por ciento de las noticias provienen de las agencias, las cuales, en algunos casos, editan para ajustarlas a la extensión usada en la web y para “regionalizarlas” (adecuarlas al contexto del Zulia) en algunos casos.

La sección “Noticias del día”, subdividida en Política, Economía, Aldea Global, Deportes, Espectáculos, Zulia y Sucesos, se enriquece con las nuevas informaciones periodísticas que se incluyen en las actualizaciones destacadas y en “Al Momento”.

Por su parte, las noticias de la sección “Titulares” se mantuvieron intactas durante las tres actualizaciones, es decir, no sufrieron cambio alguno con relación a la primera edición, al igual que la noticia de sucesos, el dibujo-mancheta, el verso periodístico, los suplementos y la encuesta en línea.

Asimismo, no fueron actualizados durante el día los contenidos informativos periodísticos (CIP) correspondientes a las secciones de Noticias (Política, Economía, Aldea Global y Sucesos), Opinión (Opinión, Editoriales e Investigación), Vida (Espectáculos, Estrategia y Mercado, Turismo y Sociales) y Deportes.

La parte vertebral de las actualizaciones de www.laverdad.com descansa en las “noticias destacadas” y los avances de la sección “Al Momento”, porque las restantes secciones sufren poca o ninguna modificación de los contenidos o al menos no al mismo ritmo que en el caso de “Al Momento” donde es prácticamente constante.

Por ejemplo, la sección “Editoriales” se mantuvo con el mismo editorial (“A propósito de la Operación Sierra”) durante todo el lapso observado y la sección “Investigaciones” tenía al 14 de febrero 2006 trabajos fechados con los días 23-12-2005 (“Siniestro aéreo tiñó de rojo la Sierra de Perijá”) y 27-12-05 (“Este año el debate político en el CLEZ tocó tierra”).

3.3. Actualizaciones de los contenidos de servicios

De los contenidos de servicios identificados en el Sitio de La Verdad durante el lapso objeto de observación - el tiempo, entretenimiento, la “Escala de sueldos para los empleados públicos”, los cines, obituarios, el “Sudoku, los Indicadores Económicos y los Resultados Deportivos, sólo la última sección, la deportiva, fue actualizada durante el día.

Debido al interés en la ciberaudiencia en conocer los resultados de los deportes esta sección de “Resultados Deportivos” es una de las últimas en actualizarse y depende de los lapsos de culminación de los partidos, sobre todo de fútbol, baloncesto y béisbol que, incluso, extiende la actualización hasta pasadas las 10 p.m.

4. Fuentes

De acuerdo a la información suministrada por los entrevistados y corroborada durante la observación del Sitio, el mayor porcentaje de las fuentes que usa la web www.laverdad.com para sus contenidos de información periodística (CIP) provienen de las agencias de noticias que en este caso son: ABN, EFE, AP y AFP.

En los casos de las noticias regionales las fuentes vivas o documentales corresponden al Zulia porque están vinculadas con los acontecimientos diarios que ocurren en el estado, objeto de interés periodístico y las cuales les sirven a los periodistas del Sitio para la elaboración de los contenidos periodísticos.

El ciento por ciento de las noticias de la sección “Al momento” corresponden a las informaciones suministradas por las agencias de noticias y las informaciones de éstas últimas se usan también para las “noticias destacadas”, aquellas desplegadas en forma horizontal y vertical porque, en última instancia, lo importante es la calidad de la información y el interés que despierta, sin importar la fuente.

Durante los tres tiempos diarios de observación de la web, se observó que los periodistas en general (de las redacciones convencional y digital) no utilizan los datos del ciberespacio para la ela-

boración de sus noticias porque sólo usan las fuentes vivas, documentales o de las agencias de noticias. No hay en los contenidos vínculos a Sitios en los cuales el ciberlector pueda ampliar o confirmar la información.

5. Nuevas fases evolutivas de los cibermedios

Acogiendo la clasificación de Álvarez Marcos (2003), la etapa evolutiva de www.laverdad.com correspondería a una transición de la segunda hacia la tercera fase, de una base informativa analógica ajustada a las características del Sitio a la fase de preparación de contenidos propios, adecuados a las condiciones del lenguaje digital.

El sitio web puede catalogarse como un cibermedio en evolución, situado en términos generales entre la etapa correspondiente a los medios que parten de los contenidos de la versión impresa y aquella en la cual generan sus propias noticias pensadas sobre la base del lenguaje digital; y por ello se ubicaría en una fase intermedia entre la segunda y tercera etapa, en razón de que el cibermedio aún no desarrolla contenidos informativos periodísticos con las características propias que definen al lenguaje digital: la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad.

Los contenidos informativos periodísticos propios del Sitio analizado son construidos con base a texto, fotografía y correo del periodista (noticias@laverdad.com), este último usado en forma general por todos los comunicadores cuyas informaciones se incluyen en la web.

Las noticias de la edición digital carecen de vínculos, es decir, no son hipertextuales, condición sine qua non del lenguaje usado en Internet e igualmente, los contenidos carecen del elemento multimedia, el cual, según las informaciones aportadas por los entrevistados, está previsto incorporar en una próxima fase de evolución cualitativa de las informaciones.

Con respecto a los elementos multimedias, para la fecha de la observación de la web y de las entrevistas, los expertos de [132 ■ Revista de Artes y Humanidades UNICA / Año 7 N° 17 Septiembre-Diciembre 2006](http://www.la-</p></div><div data-bbox=)

verdad.com consultados aceptaron que el Sitio del periódico carece de imágenes en vivo y sonidos, es decir, de la parte multimedia por, básicamente, razones de planificación de la incorporación de los recursos tecnológicos, de inversión y de la comparación del comportamiento de la web, aspectos que guardan relación con el aumento de la audiencia y de los anunciantes, es decir, de crecimiento cuantitativo y económico del cibermedio. Después del análisis que harán de todos estos aspectos, el diario La Verdad está inclinado a construir contenidos con elementos multimedias, para lo cual tienen planificado adquirir nuevos softwares y entrenar al cuerpo de periodistas que maneja www.laverdad.com.

La caracterización del desarrollo del sitio www.laverdad.com evidencia que existen etapas intermedias en la evolución de un cibermedio hasta ahora no previstas por Cely y Neumann (2000), Abreu (2003), Álvarez Marcos (2003) y Guerrero y Huerta (2002), autores consultados.

Estas fases se ubican específicamente en la transición hacia la construcción de contenidos propios con base al lenguaje digital, y marcan el desprendimiento de un viejo paradigma (periodismo tradicional) y el acogimiento de uno nuevo (ciberperiodismo). La base de cambio del cibermedio es el reconocimiento de las cualidades del lenguaje digital que define al paradigma del ciberperiodismo.

Por consiguiente, las fases que transita un sitio periodístico hacia el desarrollo del lenguaje digital constituyen la parte medular en el proceso de construcción de un cibermedio porque son el punto de partida, dado que la etapa inicial de "viejos medios con nuevos soportes" (Cely y Neuman, 2000), "medios tradicionales con copia idéntica en Internet" (Abreu, 2003), "lo publicado en papel a digital" (Álvarez Marcos, 2003) o "reproducción literal o volcado de los contenidos de las ediciones de prensa escrita, de forma secuencial y sin imágenes" (Guerrero y Huerta, 2002), puede no ser considerada propiamente una etapa, dado que la única característica que la distingue de la versión impresa es el soporte digital.

Las verdaderas etapas de transformación de un cibermedio comienzan con la aplicación del lenguaje digital a los contenidos

periodísticos y culminan, hasta ahora, con la portalización pero que a futuro avanzarán hacia etapas más sofisticadas como la adaptación y posterior desarrollo de tecnología para el cibermedio, adecuada a sus necesidades y usos, mediante la creación de alianzas estratégicas.

Las etapas de evolución de un cibermedio pueden ocurrir en forma paulatina, progresiva, como en el caso de www.laverdad.com y no de la manera como la plasman Cely y Neüman (2000), Abreu (2003), Álvarez Marcos (2003) y Guerrero y Huerta (2002), especialmente Álvarez Marcos (2003) y Guerrero y Huerta (2002), para quienes después de la “etapa primitiva” viene la fase del uso del lenguaje digital como un todo, sin diferenciar sus partes.

El desarrollo progresivo significa que un cibermedio puede llegar a la tercera etapa -de crear propias informaciones con lenguaje digital- pero de manera lenta y no abrupta o rápida como establece Álvarez Marcos (2003) o de la manera como indican Guerrero y Huerta (2002), autores que consideran primero la incorporación del hipertextos y elementos audiovisuales y después, en una etapa superior siguiente, el incremento de los contenidos multimedia y el ofrecimiento de nuevos servicios.

La caracterización de [www.laverdad](http://www.laverdad.com) permite descubrir que un cibermedio puede llegar a esta fase de utilizar el lenguaje digital para la elaboración de sus contenidos mediante el uso, a la vez, de uno o dos de los elementos hipertextuales, multimediáticos o interactivos que componen el lenguaje usado en la Red. Específicamente, este cibermedio utiliza en su segunda gran evolución -aquella que comienza con la ruptura definitiva de la primera fase de “copiar y pegar- un solo elemento del lenguaje digital: el correo electrónico para abrir una oportunidad a la participación de la ciberaudiencia, es decir, fomentar la interactividad.

Los componentes hipertextuales y multimediáticos los obvia, aún cuando, según lo explicado por los informantes, tiene planificado en una siguiente fase mejorar la calidad de los contenidos incorporando vínculos e incluyendo elementos multimedia, asu-

miendo su propia evolución en términos de desarrollo del lenguaje digital en forma progresiva.

Además, en la medida que aplica el lenguaje digital a los contenidos y transforma el sitio web, www.laverdad.com descubre la necesidad cualitativa de su inminente incorporación a la etapa multimedia e hipertextual en razón de la demanda de la ciberaudiencia y del análisis propio.

Conclusiones

El estudio del Sitio www.laverdad.com revela que la evolución de un cibermedio pasa por diversas fases hasta ahora no identificadas por los autores consultados (Cely y Neuman, 2000; Abreu, 2003; Álvarez Marcos, 2003; y Guerrero y Huerta, 2002), quienes describieron las etapas de desarrollo de los nuevos medios periodísticos ubicados en el ciberespacio en términos determinantes, absolutos, cuando entre una fase y otra existen matices, modalidades en la transformación.

La investigación arrojó, asimismo, que en el caso de www.laverdad.com uno de los aspectos centrales de la evolución del cibermedio se centró en mejorar los contenidos periodísticos, los cuales constituyen los elementos distintivos de todo cibermedio, la estructura principal.

En este sentido, www.laverdad.com optó por incrementar el número de noticias y por crear contenidos periodísticos propios mejorando los contenidos periodísticos desde las perspectivas cuantitativa y cualitativa. Igualmente, otro paso significativo observado la constante actualización de las noticias, acogiéndose al principio del ciberperiodismo de la “actualización en tiempo real” las informaciones de la web, una de las dimensiones que lo caracteriza y que se denomina transtemporalidad, según Casasús (2001).

Con relación a los contenidos de servicios, www.laverdad.com igualmente hubo un incremento de las informaciones y las mismas, como se evidenció en el estudio, responden a los intereses de la audiencia nacional (venezolana) y regional (zuliana), en

razón de la localización del cibermedio. Los contenidos de servicios, además, tienen a la diversidad: entretenimiento, deportivos, económico, etc. y a centrarse en un aspecto esencial para un público determinado, como el caso de la escala de sueldo de los funcionarios públicos de Venezuela.

Referencias

- ABREU, Carlos (2003). *El periodismo en Internet*. Fondo Editorial de Humanidades y Educación. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela.
- ALONSO, Jaime y MARTÍNEZ, Lourdes (2003). “Medios Interactivos: caracterización y contenidos” en: Díaz Nocy, Javier y Salaverrría, Ramón (Comps) *Manual de Redacción Ciberperiodística* (pp. 261-304) Ariel, Barcelona, España.
- ÁLVAREZ MARCOS, José (2003). “El periodismo ante la tecnología hipertextual” en: Díaz Nocy, Javier y Salaverrría, Ramón (Comps.) *Manual de Redacción Ciberperiodística* (pp. 231-258) Ariel, Barcelona, España.
- CASASÚS, Josep María (2001). *Per una teoria del periodismo a Internet*. Periodística: Revista Académica. Volumen 10: Noves recerques historiqes prospectives (pp.11-13).
- CELY, Adriana (1999). “La innovación tecnológica en las publicaciones electrónicas diarias”. Tesis de grado Maestría en Ciencias de la Comunicación, Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
- CELY, A. y NEÜMAN, M. (2000). “Caracterización de los medios cibernéticos de comunicación social en Venezuela” *Revista Comunicación*, No. 111 Centro Gumilla, Caracas (pp 10-19).
- CODINA, Lluís (2003). “Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación” en: Díaz Nocy, Javier y Salaverrría, Ramón (Comps.) *Manual de Redacción Ciberperiodística* (pp.141-193) Ariel, Barcelona, España.
- FERNÁNDEZ HERMANA, Luis Angel (1998). *En.red.ando*. Liberduplex. Barcelona, España.
- LÓPEZ, Gago y PEREIRA (2003). “Arquitectura y organización de la información” en: Díaz Nocy, Javier y Salaverrría, Ramón (Comps)

Manual de Redacción Ciberperiodística (pp. 195-229) Ariel, Barcelona, España.

NEÜMAN, María Isabel (1997). *Generación de Capacidad Tecnológica en la Industria Informativa: El caso del diario Panorama*. Astrodata. Maracaibo, Venezuela.

PINEDA de ALCÁZAR (2004). *Las Ciencias de la Comunicación a la luz del siglo XXI*. Ediluz. Maracaibo, Venezuela.

SALAVERRÍA, Ramón (2004). “*Los cibermedios ante las catástrofes: del 11s al 11m*” (*En Red*) Disponible en: http://www.unav.es/dpp/tecnologia/docs/salaverria_cicom2004.pdf Consultado (2006, febrero 1).

http://www.auyantepui.com/Web/noticias_medios/periodicos/ (2006) (*En Red*) Disponible en: <http://www.auyantepui.com>. Consultado (2004, julio 1; 2005, julio 1; 2006, enero 1)

<http://www.laverdad.com> (2006) (*En Red*) Consultado (2006, febrero 13-20).