
**FACULTAD
COMUNICACIÓN Y LETRAS**

DPTO. PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN SOCIAL

“LOS RECURSOS INTERACTIVOS HIPERMEDIA EN EL PORTAL DEL CIUDADANO DE HOLGUÍN”

TESIS PRESENTADA EN OPCIÓN
AL TÍTULO DE LICENCIADO EN PERIODISMO

Autor: José Eduardo Borrego Zaldívar
Tutores: MsC. Yanisleidys Martínez Peña
MsC. Luis Mario Rodríguez Suñol

HOLGUÍN 2019



DEDICATORIA

A mi mamá, la principal patrocinadora de mis sueños; para ti mami, todo.

A mí... ¿por qué no?

AGRADECIMIENTOS

A Robert, porque llegaste cuando un niño más puede necesitar un padre.

A mi familia, únicos de su tipo en el mundo, pá lo bueno y pá lo malo.

A mi hermano Tony, te quiero brother.

A amigo Pablo, gracias por tus consejos.

A todos mis amig@s: Arlette, Migue, Fabrizzio, Robert, Alexis Messier, Felipe, y mi gente del 18 plantas.

A Ilo, que te puedo decir... por ir siempre de frente, eso siempre se agradece. Por escucharme. Tú y Tony me inspiran a seguir en esa búsqueda.

A Thalía, porque te quiero como la hermana menor que nunca tuve y por eso te peleo.

A Angie, mi eterna compañera de viaje académico.

A mis compañeras de aula, Katherine, Vane, Yailen y Bea. Los recuerdos los guardo por montones, nunca las olvidaré.

A Yani, por la paciencia, gracias por todo.

A ThindLastraConcep, eres especial, gracias por dejarme entrar a tu vida.

A Katy Concepción, gracias por ser como eres, no cambies, eres lo máximo.

A Lisannia, por los mejores cuatro años que he vivido.

RESUMEN

*La vertiginosidad con que acontecen los cambios tecnológicos en la actualidad ha impactado de manera significativa los estudios sobre periodismo y comunicación, así como su campo de actuación profesional. En tal sentido, la presente investigación incursiona en un campo de estudio poco explorado desde la arista comunicológica: el gobierno electrónico y su desarrollo en ascenso en Cuba. Desde los presupuestos teóricos del Periodismo Hipermedia, se analizan las invariantes de la producción de contenidos para Internet, con énfasis en **los recursos interactivos y su empleo en el Portal del Ciudadano Holguín**. Los resultados, formulados como diagnóstico, permitieron fundamentar además una propuesta de instrumento para sistematizar la autoevaluación de los aspectos analizados, con el fin de contribuir a la mejora continua del Portal, toda vez que este tipo de plataformas se consideran una prioridad para el perfeccionamiento de la gestión de gobierno en la actualidad, en Holguín, Cuba y el mundo.*

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y REFERENTES TEÓRICOS DEL PERIODISMO HIPERMEDIA	8
1.1 El Periodismo Hipermedia: sus orígenes y evolución histórica.....	8
1.2. Rasgos distintivos del Periodismo Hipermedia	13
1.3 La interactividad, definiciones y rasgos distintivos.....	19
1.4. La usabilidad en los sitios web	41
CAPÍTULO II: UNA MIRADA AL EMPLEO DE LOS RECURSOS INTERACTIVOS EN EL PORTAL CIUDADANO DE HOLGUÍN	43
2.1 Necesario acercamiento al gobierno electrónico en Cuba	43
2.2 El Portal Ciudadano Holguín.....	49
2.3 El empleo de los recursos interactivos en el Portal Ciudadano de Holguín	57
2.4 Instrumento para la evaluación de interactividad y usabilidad en el Portal Ciudadano Holguín	70
Lista de Chequeo	73
CONCLUSIONES.....	75
RECOMENDACIONES	76
BIBLIOGRAFÍA	77
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

"Estamos pasando de la estética del mensaje a la estética de la interactividad."

Pierre Lévy

El desarrollo constante de las TICs¹ ha impactado, impacta y configura decisivamente casi todos los aspectos de la sociedad a escala global. La red de redes, es hoy parte inseparable de los espacios de socialización de cualquier índole.

Internet cambió casi por completo paradigmas ya establecidos por décadas alrededor de la comunicación, Arianna Oviedo Bravo asegura que:

en relación a los procesos comunicativos, el arribo de las TICs implicó la reconfiguración de paradigmas y rutinas instituidas, además de la posibilidad de repensar teóricamente el nuevo panorama, modelos, y la praxis de sus profesionales; revolucionar era el camino (Bravo, 2009:2).

Asimismo, esta “sacudida tecnológica” resultó en que la llegada de la *World Wide Web*² a la prensa removiera el diseño, los contenidos, los géneros, los formatos, las rutinas de producción en las redacciones y el análisis de las audiencias. La competencia de miles de millones de páginas registradas en los buscadores obligó a trabajar con creatividad para marcar la diferencia (Díaz, 2014:1).

En una carrera por atrapar usuarios y generar clics; los imberbes medios digitales lucharon para ganarse un espacio fijo en lo que, probablemente, era un digno ejemplo de la selección natural de Darwin: solo la innovación y la creatividad aseguraban la supervivencia en este ecosistema digital.

Es así como Internet otorgó a los medios digitales la posibilidad de multiplicarse y consolidarse rápidamente, se convirtió en el canal propicio para que los sitios web

¹Tecnologías de la Informática y las Telecomunicaciones.

² Del inglés *World Wide Web* (WWW) o red informática mundial en una traducción literal, es un sistema de distribución de documentos de hipertexto o hipermedios interconectados y accesibles vía Internet.

alcanzaran una importancia equiparable a la de otros medios clásicos como la prensa, la radio y la televisión (Díaz, 2014:6).

Sin embargo, no es posible hablar de casualidades: el rápido ascenso de los medios digitales, cibermedios, medios web; solo fue posible mediante el uso de herramientas que explotaban las características únicas de la *WWW*.

Al respecto profundiza la investigadora Edda Diz Garcés (2011) en su Tesis de Doctorado:

Internet no es solo una plataforma tecnológica de computadoras interconectadas, sino un singular espacio de interacción entre los seres humanos a escala global, que ha devenido el más poderoso medio de comunicación de masas jamás conocido, pues posee las características de todos los demás (prensa, radio, televisión) y cualidades excepcionales, como la interactividad, la hipertextualidad, la multimedialidad y la inexistencia de límites espacio temporales (Diz Garcés, 2011:1).

En la actualidad, se habla de comunicación o periodismo hipermedia. La expresión tiene que ver con que, Hipermedia comprende ya, los rasgos multimediales, hipertextuales e interactivos de la plataforma Internet (Bravo, 2009:7).

Una de estas características, la Interactividad, podría considerarse esencial en este entramado hipermedial, pues la Red digital es interactiva por excelencia (Rodríguez Calzadilla, 2006:3). Estamos en una sociedad en la que los medios muestran una gran variedad de canales de comunicación con una interactividad cada vez mayor (Castells, 2006; en Farpón, 2013).

Internet posibilita una comunicación selectiva y una posición más activa del receptor, dando al consumidor un mayor poder sobre el proceso de comunicación en comparación con los medios tradicionales (Bezjian-Avery et al. 1998; Dijkstra et al. 2005; Klein 2003; en Piñero et al. 2009).

Por su parte el investigador Sergio Aristazábal Llano (2005), asegura que la interactividad implica un nuevo rol del receptor: “El receptor tiene plena potestad para

tomar decisiones, y configurar dentro de unos límites amplios, su propio mensaje, así como para dialogar de una forma u otra, con el emisor” (Díaz, 2002: 96 en Aristazábal, 2005:9). Continúa Aristazábal: hoy las audiencias tienen un poder que por décadas ha sido poco menos que ignorado: “Los participantes en la cultura de interacción adquieren conocimientos y poder a través de su interacción con otros usuarios. La cultura interactiva de la internet es no jerárquica y no distribuida; es una verdadera red de poder” (Tapscot, 1998: 72 en Aristazábal, 2005:9).

De esta manera la interactividad desde la óptica del periodismo hipermedia (junto a los otros recursos hipermediales mencionados) califica como un elemento transformador que empodera –dentro de los límites que impone el medio- al usuario al potenciar su participación y ejercer plenamente su ciudadanía digital.

Esta característica fue la que llevó al empleo de las herramientas web como un vehículo para posibilitar un ejercicio del gobierno más eficiente y democrático, pues a través de la interactividad, en concreto, se trata de incentivar la colaboración y el intercambio de información rápida y de manera ágil y cómoda entre los individuos y los decisores políticos.

En Cuba, con la creación del portal web RedPinar en 2017, iniciaron los proyectos de Portales Ciudadanos en cada provincia como parte del Programa Nacional de Gobierno Electrónico.

De esta manera, los Portales Ciudadanos representan un paso más dentro del Proceso de Informatización de la Sociedad cubana, y un paso certero hacia la digitalización de la ciudadanía cubana, que apoyado en las herramientas que el Periodismo Hipermedia brinda, abre un camino distinto al ubicar al usuario -en este caso, el ciudadano- como protagonista.

En la provincia de Holguín se creó a finales de 2018 un equipo de trabajo para conceptualizar la plataforma web que representaría al Gobierno Provincial online: el Portal Ciudadano Holguín, que desde su concepción promete:

a partir de la explotación de las TICs, (...) empoderar a los ciudadanos para ejercer sus derechos de un modo más eficaz, crear un flujo de interacción-participación más activo y sistemático entre los ciudadanos y sus poderes representativos, y abrir puertas para que todos podamos resolver de forma expedita diversas necesidades y requerimientos, entre otras ilimitadas potencialidades (APP Holguín, 2018).

Sin embargo, una exploración previa del investigador, así como entrevistas a informantes clave dentro de la institución, reveló que, a pesar de que la plataforma está online, presenta un uso restringido de los recursos interactivos de los que dispone:

- Ésta solo se limita a responder comentarios en las diferentes páginas del sitio: Ciudadanía, Gobierno, Trámites, Servicios y Diálogo.
- No se explotan las capacidades de interacción que brinda las herramientas hipermedia actuales.
- Uso casi nulo de las herramientas Encuesta y Foro (que además presenta problemas para que se registren los usuarios).

La interactividad dentro de los Portales es el plato fuerte, pues las posibilidades para ello son múltiples en la actualidad: desde las PC hasta *tablets*, teléfonos inteligentes y plataformas como las redes sociales, el portal mismo o un simple correo electrónico pueden poner en contacto al ciudadano con las máximas autoridades administrativas de determinado sector.

Los recursos interactivos hipermedia se presentan en el Portal Ciudadano Holguín como una vía eficaz para interactuar con el usuario/ciudadano. Más en un contexto cada vez más interconectado donde despuntan estas nuevas formas de interacción entre el poder y la ciudadanía.

Tal situación demanda un acercamiento a los recursos interactivos definidos dentro del periodismo hipermedia, de modo que ello permita profundizar en las posibilidades teórico-prácticas de utilizar dichos recursos como herramienta alternativa en la interacción Portal Ciudadano-usuario/ciudadano.

Por tal razón, es vital garantizar una adecuada interactividad usuario-plataforma que asegure los modos de hacer de un portal de gobierno electrónico de acuerdo con los cánones de la Web 2.0, más allá de su función informativa utilitaria, para hacer del Portal Ciudadano Holguín una herramienta moderna y eficaz al servicio de la población holguinera.

Tal premisa subraya la importancia de evaluar, a más de seis meses de su puesta *on-line*, el empleo de los recursos interactivos hipermedia en el sitio y la manera en que estos aseguran o limitan la interactividad, con el propósito de lograr que el Portal opere eficazmente como plataforma de interacción con los ciudadanos, optimizada para incorporar nuevas funcionalidades y etapas del Gobierno Electrónico” (APP Holguín, 2018).

Para encauzar el estudio se propone el siguiente **problema científico**: ¿Cómo se manifiesta el empleo de los recursos interactivos hipermedia en el Portal Ciudadano Holguín?

Mientras que el **objeto** de la investigación es el Periodismo Hipermedia; el **campo** se delimita como los recursos interactivos hipermedia en el Portal Ciudadano Holguín. Siendo el **objetivo** de la investigación, evaluar el empleo de los recursos interactivos en el Portal Ciudadano Holguín.

Las **preguntas científicas** que guiaron el curso de la investigación son las siguientes:

1. ¿Cuáles son los antecedentes históricos del Periodismo Hipermedia?
2. ¿Qué referentes teóricos sustentan el periodismo hipermedia con énfasis en la interactividad?
3. ¿Qué caracteriza la interactividad en la Sección Diálogo del Portal Ciudadano de Holguín?
4. ¿Cómo evaluar el uso de los recursos interactivos en el Portal Ciudadano Holguín?

De acuerdo con las preguntas, las **tareas de Investigación** serán las siguientes:

1. Valorar los antecedentes históricos del Periodismo Hipermedia.
2. Analizar los referentes teóricos metodológicos que sustentan el Periodismo Hipermedia, con énfasis en la interactividad.
3. Realizar un diagnóstico del empleo de los recursos interactivos hipermedia en el Portal Ciudadano Holguín.
4. Proponer un instrumento que permita sistematizar la evaluación de la interactividad en el Portal Ciudadano Holguín

Las tareas fueron cumplidas mediante el empleo de los siguientes **métodos de investigación** y la triangulación de los resultados que estos arrojen:

Del nivel teórico

Análisis-síntesis: permitió, con el grado de detalle necesario; analizar los referentes teóricos recopilados y sintetizar aquellos que sustentan al periodismo hipermedia y la interactividad desde los intereses específicos de la investigación, así como descomponer las variables analizadas e integrarlas en la interpretación de los resultados.

Histórico-lógico: para el estudio de la evolución histórica que ha marcado la relación periodismo hipermedia-interactividad, e identificar los aspectos fundamentales que han prevalecido en la misma.

Inductivo-deductivo: con el objetivo de organizar la lógica de la información emanada de las fuentes orales y escritas, de modo que permitieran delimitar un espacio para asumir la interactividad como recurso hipermedia.

Del nivel empírico

Revisión bibliográfica documental: permitió acceder a la información, publicada en diferentes soportes de comunicación, para establecer la correlación entre las fuentes teóricas de la investigación y fundamentar, eficazmente, la realización de un diagnóstico de la interactividad en el Portal Ciudadano Holguín.

Observación participante: todo análisis científico parte de la observación, como herramienta esencial para el investigador, al intentar corroborar los juicios de valor

existentes sobre determinado proceso u objeto de análisis. En el caso concreto de la presente investigación, el autor pretendió involucrarse en las rutinas productivas del Portal para, mediante la elaboración de una guía de observación, determinar aquellos elementos susceptibles de análisis desde una perspectiva científica.

Observación científica: permitió describir los recursos interactivos hipermedia del Portal, sobre todo en aquellas secciones que tienen como meta generar la interacción con los usuarios.

Entrevista en profundidad: posibilitó extraer respuestas más agudas y comprensivas sobre el objeto de estudio, así como el acercamiento a temas específicos con mayor efectividad. Se empleó para reconstruir el proceso mediante el cual fueron concebidos los recursos interactivos en el Portal a través de cuestionarios elaborados para los miembros del equipo de desarrollo, los clientes y especialistas en el tema.

La investigación aporta un diagnóstico, basado en instrumentos científicos, del uso de los recursos interactivos en el portal; así como un instrumento para realizar, de manera sistemática, estas evaluaciones por los administradores del sitio, en aras de contribuir a su perfeccionamiento continuo, tal como demanda la actual etapa del Programa Nacional para el Gobierno electrónico.

CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES HISTÓRICOS Y REFERENTES TEÓRICOS DEL PERIODISMO HIPERMEDIA

1.1 El Periodismo Hipermedia: sus orígenes y evolución histórica

Al analizar la historia de los medios de comunicación, sobresale el hecho que estos cambian conforme la sociedad lo hace. Los medios, vistos desde la dialéctica hegeliana, no son entes pétreos. Como Umberto Eco una vez advertía cuando los sistemas no logran reproducirse, desaparecen o son superados; por eso:

(...) cuando el modelo de comunicación masiva parecía no tener declive, aparecen los medios interactivos, reacomodando el escenario de la comunicación, afectando a todos sus actores y replanteando el rol que cada uno de ellos juega en el complejo conglomerado de la industria mediática (Llano, 2005:2).

Los antecedentes electrónicos de los medios de comunicación en línea se remontan a la década de los setenta con el desarrollo del videotexto, el teletexto, el periódico por fax, en CD-ROM, en disquete flexible y la inserción en las primeras redes de información (Navarro, 2009:36).

Por su parte, el investigador español de la Universidad de Navarra, Ramón Salaverría (2019) parece haber encontrado la efeméride correcta cuando revela que David Carlson (2003) sitúa en el 19 de enero de 1994 —hace, por tanto, veinticinco años— la aparición de la primera publicación periodística en la World Wide Web. Según este autor, corresponde al *Palo Alto Weekly*, humilde semanario editado en la bahía de San Francisco, el honor de haber inaugurado la historia del periodismo web (Salaverría 2019:4).

Lo cierto es que el nuevo siglo y las cada vez más numerosas herramientas digitales, convirtieron a la web en un vehículo eficaz para la comunicación. Nunca antes un medio había posibilitado aproximarse a la audiencia. Con cada año que pasaba, la forma y el contenido era perfeccionado; y cada paso dado era un nuevo descubrimiento en un universo con infinitas posibilidades.

Las nuevas tecnologías, específicamente Internet, se abría paso aceleradamente en el tejido de la sociedad y comenzaban a configurar lo que Manuel Castells llamaría en su artículo *Internet y La Sociedad Red* (1999) la infraestructura tecnológica y el medio organizativo que permite el desarrollo de una serie de nuevas formas de relación social que no tienen su origen en Internet, que son fruto de una serie de cambios históricos, pero que no podrían desarrollarse sin Internet (Castells, 1999:11).

Respecto a las transformaciones de las sociedades en sus formas de interacción social y participación entre los colectivos, Javier Estenou (2001) sostiene que:

(...) antes del surgimiento de Internet, las sociedades funcionaron con un modelo de comunicación colectiva predominantemente vertical, unidireccional y monopolizado. Sin embargo, con la presencia de Internet y su rápida expansión en la sociedad se interrumpe el modelo unilateral anterior y a partir de un gran complejo de redes que introduce, surge un nuevo espacio de participación autónomo, flexible, multidireccional, abierto y plural en todos los niveles colectivos que han construido un nuevo espacio público de interacción social. (Estenou, 2001:29).

La irrupción de las TICs ofreció en el plano comunicativo una nueva oportunidad para equilibrar los roles de los miembros en el proceso, para fortalecer la interactividad de la comunicación, y recuperar su esencia: compartir. Esa reconfiguración del campo mediático conllevó cambios y retos que definen estas nuevas formas de hacer y actuar.

El entorno digital impone nuevos retos en la relación con los receptores. Las TICs sugieren sujetos activos y más allá de un *feedback*, brindan la posibilidad de interactividad. Personalización, actualización constante, multimedialidad e intercambio de roles están presentes en el escenario que perfilan (Bravo, 2009:2).

En resumen: los actores de una Web se enfrentan al desafío de comunicar a un público "replicante", pues el anhelado *feedback*, es ahora posible gracias a los medios interactivos basados en soportes multimedia, donde el usuario-receptor del mensaje

puede comentar, refutar, incluso modificar el contenido o aportar nuevos datos, según las posibilidades y recursos de cada sitio.

Este nuevo modelo de periodismo acumula ya múltiples maneras de ser catalogado: periodismo digital (Kawamoto, 2003), ciberperiodismo (Díaz-Noci; Salaverría, 2003), periodismo online (Deuze, 2001; Steensen, 2011) entre un largo catálogo de etiquetas (Karlsen; Stavelin, 2014). Así enumeraba Salaverría (2019), en un recuento de términos válidos.

La aparición de este modelo de periodismo ha resultado ser el salto más prominente y transformador de las últimas décadas dentro de la gradual metamorfosis tecnológica en los procesos de producción y difusión de los medios hacia estándares cada vez más digitales.

El avance del modelo unidireccional de la web 1.0, hacia la web 2.0 ha permitido que los usuarios –receptores- se conviertan también en emisores, al potenciar la colaboración colectiva de una forma descentralizada. El modelo 2.0, enfocado en el usuario y la socialización de los contenidos, ha devenido en diversas herramientas y servicios como las redes sociales, los blogs, las wikis o las folcsonomías³.

El entusiasmo ocasionado se registró a través de un entorno de colaboración y participación sin precedentes, marcado en un primer momento por el uso generalizado de los blogs y las primeras plataformas de redes sociales. A través de estas posibilidades comienzan a aparecer nuevos conceptos como el de periodismo ciudadano o periodismo 3.0, conceptos que involucran un mayor grado de participación por de los usuarios dentro del ecosistema mediático digital.

Varias son las características distintivas de este nuevo fenómeno informativo a juicio de Javier Díaz Noci (2001): multimedialidad, ruptura de la secuencialidad (hipertextualidad e hipermedia), ruptura de la periodicidad, interactividad (2001).

³ Es una indexación social, la clasificación colaborativa por medio de etiquetas simples, p.e: del.icio.us.

La periodista, investigadora y profesora cubana Anidelys Rodríguez Brito (2013) declara que el surgimiento del Periodismo 3.0 provocó una transición de la audiencia al usuario, de ser unidireccional a interactiva, de lineal a hipertextual, de la información al conocimiento. De allí surgió la categoría de **Periodismo Hipermedia** (Rodríguez, 2013 en Díaz, 2014:7).

Sin embargo, es importante resaltar que más de dos décadas después de que emprendiera sus primeros pasos, el periodismo practicado por medios digitales continúa sin un nombre asentado entre sus investigadores internacionales, pues desde sus inicios no ha existido consenso por el término ni su definición. (Salaverría, 2019:3)

Según el catedrático e investigador español Ramón Salaverría, el “enfoque de ‘Periodismo Digital’ (Kawamoto, 2003) es considerado el más exitoso y extendido en el mundo hispano”; sin embargo, “la condición de digital no es privativa de los medios interactivos”; pues “la radio y la televisión han ido abandonando en los últimos años su carácter analógico y adaptándose a modelos de producción y difusión plenamente digitales”. La prensa escrita también se aleja cada vez más del paradigma impreso gracias a la progresiva implantación de sistemas de gestión editorial (Salaverría, 2005).

No obstante, La periodista e investigadora cubana Milena Recio Silva (2003), en su Tesis de Maestría define al ‘periodismo digital’ como:

(...) una forma de ejercicio del periodismo que depende de su inserción en redes digitales y se expresa fundamentalmente, en toda su amplitud, a través de la aplicación de la web. Recurre a las herramientas funcionales y organizacionales que posibilita esta aplicación, fundamentalmente el hipertexto, la interactividad, la multimedialidad y la actualización prácticamente continua que fomenta la publicación y el manejo de la información en tiempo real. (Recio, 2003: 48)

Ramón Salaverría (2005) en su libro ‘Redacción Periodística en Internet’ denomina este modelo como ciberperiodismo (Salaverría, 2005:20) por considerarla, “a pesar de su escaso predicamento en el mundo profesional, el más preciso y adecuado para la lengua española (Salaverría, 2019:3)”.

Más adelante Salaverría la define como “la especialidad del periodismo que emplea el ciberespacio para investigar, producir y, sobre todo, difundir contenidos periodísticos (2005:21)”. Aclara que el término ciberperiodismo “identifica al periodismo que se practica en las redes digitales” mientras que ‘periodismo digital’ la considera más abarcadora: “designa todo aquel periodismo que se practica con tecnologías digitales (Salaverría, 2005:21)”.

Desde Cuba, la investigadora Edda Diz Garcés (2011), en su tesis de Doctorado en Ciencias de la Comunicación, entiende el Periodismo Hipermedia como una “forma de ejercicio de esta profesión que depende de su inserción en redes, en particular en la web, y se caracteriza por recurrir a herramientas funcionales y recursos expresivos particulares”, más adelante apunta que este “sintetiza los recursos expresivos que lo caracterizan: hipertextualidad, multimedialidad e interactividad” (Diz Garcés, 2011:1).

Asimismo, es notable que en el ámbito académico cubano se ha asentado el uso de esta acepción; la investigadora Rodríguez Brito (2013) lo define de la siguiente manera:

“El cual utiliza y relaciona varias áreas del conocimiento humano como la ciencia de la comunicación, ciencias cognitivas, la psicología, informática, sistemas, entre otros. Lo caracteriza un escenario reticular con nuevas formas de transmisión de la información en un contexto matizado por usuarios activos, autónomos y capaces de gestionar sus propios contenidos” (Rodríguez, 2013).

Por su parte, la presente investigación se adhiere al uso del término Periodismo Hipermedia y lo asume como aquel que se ejerce desde Internet, para investigar, producir y, sobre todo difundir contenidos periodísticos, mediante el uso integrado de los distintos recursos y herramientas hipermediales (Recio, 2003; Rodríguez, 2005:17; Diz Garcés, 2011:1; Díaz, 2014:8; Salaverría, 2019:3).

El Periodismo Hipermedia no hace referencia solo a los periodistas tradicionales que producen textos para publicarlos en la red, sino en mayor grado, se refiere a aquellos que tienen competencias en el manejo de herramientas tecnológicas y las integran a

su ejercicio profesional para producir contenidos con formato hipermedia (Rodríguez, 2005; Tejada, 2007; en Díaz, 2014:8).

La esencia del Periodismo Hipermedia se encuentra en el aprovechamiento y la integración transversal de sus características más singulares: la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad. Son estos elementos los que la convierten en la modalidad periodística de mayores potencialidades y alcance.

1.2. Rasgos distintivos del Periodismo Hipermedia

Un elemento esencial y diferenciador del Periodismo Hipermedia lo constituye el uso del hipertexto, pues otorga al lector la capacidad de decidir hasta dónde está dispuesto a profundizar en aquellos temas que son de su interés. Al redactor, en contrapartida, se le impone un esfuerzo mayor a la hora de establecer la estructura del texto que debe escribir, de decidir qué es lo importante y lo accesorio en la información.

La estructuración hipertextual de los contenidos permite que el usuario reciba la información no solo de forma lineal, sino que llegue a él en forma reticular o mixta permitiendo al lector la posibilidad de elegir sus propios itinerarios de lectura.

El profesor titular de la Universidad del País Vasco Koldo Meso Ayerdi (2002) agrega que “tal vez no es tan importante leer la nota desde el principio hasta el final como navegar por todos los enlaces que ofrece el texto”; además, sugiere al periodista “reducir la cantidad de párrafos para no abrumar al lector con un exceso de información”.

El *Hipertexto* constituye la presentación de información como una red de nodos enlazados a través de los cuales los lectores pueden navegar libremente en forma lineal y no lineal. Permite la coexistencia de varios autores, desliga las funciones de autor y lector, posibilita la ampliación de la información en forma casi ilimitada y crea múltiples rutas de lectura (Meso, 2002; Salaverría, 2005; Díaz, 2007).

De acuerdo con Ramón Salaverría (2005), la forma más común del hipertexto es el hipervínculo o *link*; según él estos cumplen dos funciones básicas: la narrativa y la documental. A su vez, fragmenta estas funciones en cuatro categorías:

- Los **enlaces documentales** que son aquellos que ofrecen información contextual, procedente en su mayoría del archivo del hipermedio.
- Los **enlaces de ampliación informativa** que parten de noticias de última hora y enlazan con nodos que aportan datos relacionados igualmente recientes.
- Los **enlaces de actualización** que son las noticias de última hora cuyos datos se van conociendo poco a poco y se ofrecen mediante enlaces.
- Los **enlaces de definición** que van a ampliar las referencias a personas e instituciones poco conocidas por los lectores.

Autores como Ramón Salaverría (2005), Javier Díaz-Noci (2006) y Milena Recio (2006) consideran que el hipertexto puede catalogarse como:

- El **hipertexto informativo** se compone por los enlaces incrustados en el texto, que multiplican la posibilidad de escritura y lectura, crean nuevas formas narrativas y enlazan con disímiles fuentes.
- el **hipertexto organizativo** es el que se utiliza en las secciones establecidas en la portada de una web, cada una de las cuales se enlaza a páginas interiores del sitio y permite el acceso a todos sus niveles.

Ramón Salaverría (2005) asegura que los enlaces internos se dividen en dos categorías, enlaces intranodales y enlaces internodales. Cada una de las unidades de información o elementos que conforman a un hipertexto recibe el nombre de nodos. Estos son, palabras, páginas, gráficos o sonidos relacionados por un tejido de conexiones.

Los hipertextos, se dividen a su vez en internos y externos, teniendo en consideración al criterio de funcionalidad del trabajo periodístico y al sentido de orientación del lector. Los enlaces internos dentro de un hipertexto van a conducir a un punto dentro del mismo hiperdocumento, mientras que los externos conducen a un punto fuera del hiperdocumento.

El profesor de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, José Luis Orihuela (2002), considera sobre el hipertexto que “este nuevo paradigma discursivo

tiene la virtud de dotar a la escritura y a la lectura de un modelo estructural muy próximo al del pensamiento, que funciona por procesos asociativos y no de modo lineal” y reconoce que “los hipertextos son una marca distintiva de la escritura en Internet al conectar otros textos en el mismo sitio e incluso a otras páginas web” (2002).

Según varios autores (Meso, 2002; Díaz, 2007), la estructura hipertextual se asemeja a las ramas de un árbol que se bifurcan y se abren, posibilitando navegar en el caos de la red. Permite una la libertad de expresión, pero igualmente necesita la construcción de modelos de ordenación de la información existente a fin de alcanzar un adecuado nivel de utilidad y la profundización temática a través del acceso a las múltiples bases de datos existentes.

Entre los beneficios de la cualidad hipertextual del medio, despunta la oportunidad de brindar una visión de la realidad más integrada, su capacidad asociativa permite que un texto pueda estar relacionado con otros dotando de mayor profundidad el tratamiento de cada tema. Crónicas, reportajes, noticias e infografía se entrelazan armónicamente.

El hipertexto representa un punto esencial de las producciones periodísticas hipermedias que ha transformado y enriquecido la producción de información digital, al poseer la capacidad de interconectar diversos textos digitales entre sí, y proporcionar herramientas capaces de contextualizar el mensaje informativo para una mejor comprensión de la noticia.

De igual manera, la capacidad multimedia que poseen los medios en Internet representa otra de las opciones expresivas que define al Periodismo Hipermedia. Este recurso es entendido como la unión en un mismo soporte de materiales escritos e icónicos, como los elementos gráficos, las imágenes fijas o en movimiento (las fotografías, el video), y sonoros como el audio. Este carácter multimedia de la red ha permitido la convergencia de los diversos medios de comunicación en Internet.

El investigador nicaragüense de la Universidad Centroamericana, Roger Solórzano Canales (2012), explica que la convergencia digital lograda con la reciente evolución

de las TIC hizo accesible y de fácil uso la integración de diversos formatos mediáticos: textos, audios, fotografías, videos, gráficos, en un mismo contenido (de allí el compuesto nombre de “*multi*” y “*media*”).

Así, el Periodismo Hipermedia tiene consigo las herramientas comunicativas de todos los otros medios, Ramón Salaverría (2005) afirma que “para considerar un contenido como multimedia debe ser controlado por un ordenador” y que “la digitalización posibilita la composición y posterior recepción consecutiva o sincrónica de los distintos elementos comunicativos”. Es decir, “permite que el periodista combine textos, imágenes y sonidos en un hipertexto; y en el destino, permite que el destinatario consuma esos elementos bien de manera sucesiva o, incluso, simultánea” (2005:31).

Un factor que influye en el empleo de este recurso lo constituye el tecnológico, pues las nuevas formas discursivas, derivadas de la multimedialidad, requieren de computadoras, redes, ancho de banda, factores que en muchos casos dificultan el manejo adecuado de este recurso.

Sin embargo, Salaverría (2005) considera que el uso de la multimedialidad en los cibermedios actuales puede considerarse como muy modesto. La mayoría de los cibermedios que se presentan a sí mismos como “multimedia” en realidad apenas ofrecen textos, imágenes y sonidos que se pueden consumir de manera aislada o consecutiva. Solo desde hace pocos años, los cibermedios, han comenzado a experimentar la combinación de esos elementos multimedia en un único discurso seguramente a causa del desarrollo de los CMS⁴ y de plantillas cada vez más ergonómicas.

La profesora cubana Liliam Marrero (2007) argumenta la inexistencia de modelos prefijados para la elaboración de productos multimediales:

⁴ Un sistema de gestión de contenidos (en inglés: *Content Management System*, más conocido por sus siglas CMS) es un programa informático que permite crear una estructura de soporte (*framework*) para la creación y administración de contenidos, principalmente en páginas web, por parte de los administradores, editores, participantes y demás usuarios.

“En función de las informaciones recolectadas y los formatos en que se presentan, el periodista o el equipo de trabajo determinará en qué momento de la estructura hipertextual insertar un fragmento sonoro, una imagen o la combinación de estos, de forma tal que se mantenga la coherencia—intranodal, internodal e hiperestructural— del producto comunicativo. No se trata de brindar deliberadamente fotografías, fragmentos de video o animaciones y textos, sino de utilizarlos con un fin comunicativo determinado” (2005:60).

De acuerdo con Salaverría (2005), existen dos tipologías fundamentales de multimedialidad

- La **multimedialidad por yuxtaposición** presenta de manera disgregada los elementos multimedia, es decir, en una misma página web pueden reunirse todos los enlaces, pero su lectura, visualización o audición, solo se puede realizar de forma independiente o consecutiva.
- En tanto, la **multimedialidad por integración** es aquella que además de reunir contenidos en dos o más soportes, posee unidad comunicativa. Va más allá de la disposición, sino que articula los elementos en un discurso único y coherente. La posibilidad de combinar distintos formatos en un producto informativo ha transformado las narrativas en la web.

La multimedialidad, no solo permite al emisor escoger el soporte más indicado para sus objetivos, sino conformar un discurso multiformato dentro del cual armonicen el texto escrito, el sonido, el video, los gráficos o las propuestas interactivas, entre otros.

No obstante, el empleo óptimo de la multimedialidad no significa atiborrar siempre cada producto con varios archivos de sonido, imágenes o gráficos. Todo el entramado hipertextual y multimedial debe responder a un hilo conductor cohesionado, no perder el rumbo comunicativo, la intencionalidad; por eso el periodista o su equipo analizarán cómo y qué elementos emplear para que el discurso no pierda coherencia.

El catedrático español de la Universidad del País Vasco, Javier Díaz-Noci (2007) resalta el surgimiento de nuevas prácticas profesionales que llevan a algunos a cuestionar la vigencia del periodista tal y como lo conocemos hoy día:

“Resulta innegable que el elemento humano es y continuará siendo necesario para la selección y elaboración de contenidos informativos, pero también, que precisan de nuevas habilidades y del conocimiento y adiestramiento en nuevas técnicas” (2007).

En la nueva era comunicacional, que deviene consecuencia de los grandes avances tecnológicos en lo que se refiere a los sistemas de comunicación digital, el periodismo surgido de las redes telemáticas ha comenzado la formación de una personalidad propia, que lo diferencia de sus predecesores: radio, prensa y televisión. En este contexto, tanto las prácticas como los planteamientos de la comunicación social/personal en el entorno digital han sufrido innovaciones y adaptaciones de las rutinas acostumbradas en los medios tradicionales.

Quizás la más trascendental de esas modificaciones esté dada por la posibilidad de interactuar con los receptores de los productos periodísticos en tiempo real, en lo que vendría a ser otra de las características tipificadoras del Periodismo hipermedia: la interactividad.

El concepto de interactividad es todavía reciente en el ámbito académico, y está inevitablemente ligado al desarrollo de las TICs en las últimas tres décadas. Hoy día, la gran mayoría de los medios en la red, abrazan la interactividad como banderas en sus plataformas.

Esta característica, como las restantes aludidas, no es privativa de los medios de comunicación tradicionales y sus pares en la Web, sino que está presente también en sitios con fines diversos, como pueden ser las redes sociales, sitios de entretenimiento, plataformas de comercio electrónico y también, desde luego, en plataformas de gobierno electrónico. Por la importancia de esta categoría en el curso de la investigación, en el próximo epígrafe se propone una aproximación más detallada.

1.3 La interactividad, definiciones y rasgos distintivos

A finales de los noventa, el investigador danés Jens Jensen (1998) en un artículo nacido de una conferencia sobre estudios nórdicos de comunicación⁵ en el que indaga sobre el origen del término, explicaba como existía un punto ciego en los estudios comunicológicos sobre el concepto de *interactividad*.

La palabra *interactividad* se vincula con el sustantivo *interacción* y, por supuesto también, con el adjetivo *interactivo*. Es posible encontrar autores refiriéndose a uno u otro en forma indistinta, mientras que otros emplean el término *interactividad* como un tipo de interacción. Lo cierto es que los campos semánticos de estos términos se cruzan y muchas veces se confunden (Rost,2006).

De los tres, el termino **interacción** es claramente el más añejo, el más aplicado y el más estudiado. La interacción designa ese espacio de relación dialógica que existe entre o en medio de dos personas u objetos. La interacción implica reciprocidad, es decir que en sentido estricto es una acción o un intercambio comunicativo de una persona o cosa hacia la otra y viceversa.

Las ciencias sociales abordan este concepto desde el punto de vista de la relación entre los individuos (Jensen, 1998). El termino interacción “es generalmente aceptado como el vehículo de funciones cruciales e interrelacionadas como establecer los lazos entre padres y niños, criar y guiar el desarrollo cognitivo y social del chico, definir y sostener culturas y subculturas, y proveer un medio para las transacciones entre individuos (la conversación, los juegos y deportes, rituales religiosos y seculares, intercambios comerciales, saludos y todo lo que hace a la vida de cada día), explica Starkey Duncan en la *International Encyclopedia of Communications* (1989).

En tanto, el adjetivo **interactivo** ha sido utilizado para adjetivar al término *interacción* con lo cual es una palabra que tiene más antigüedad que interactividad. El término *interactivo* apareció por primera vez en forma documentada en 1832, en un artículo publicado en el *Sunday Even* en el cual se aludía a la “interacción entre el lector y el

⁵ Jensen, Jens (1998), “Interactivity. Tracking a new concept in media and communication studies”, Nordicom Review. Vol 19 Nº1, pp. 185-204. Göteborg: Nordicom, Göteborg University.

escritor”, según puntualiza María Rosario Sádaba Chalezquer (2000), profesora de la Universidad de Navarra que ha estudiado la comunicación comercial en el entorno de la *World Wide Web*.

Si bien el uso actual del término interactividad es transdisciplinar, su origen está emparentado con la creación de la informática y de la telemática (Holtz-Bonneau, 1986; Multigner, 1994; en Rost, 2006). Desde este campo, la *interactividad* fue comprendida como la capacidad de las computadoras para responder a los requerimientos de los usuarios, definición venida a menos en cuanto aparecieron estudios que abordaban además de la relación individuo-computadora, el vínculo entre individuos mediados por un sistema informático (computadora).

Eventualmente comenzaron a realizarse estudios que partían desde la comunicación, aunque siempre estaría presente la inevitable relación con la informática. “El estudio de la interactividad es parte de la evolución de la ontología y epistemología de las nuevas tecnologías de la comunicación en general, y las computadoras como medio en particular”, indica Sheizaf Rafaeli (1988:112 en Rost, 2006), uno de los más influyentes teóricos de la interactividad.

En la comunicología, el uso del término *interactividad* puede registrarse de forma incipiente durante el transcurso de los años 70, cuando aparecen los primeros medios de información, entretenimiento y determinados servicios que significaron un cambio notable en comparación con los medios masivos tradicionales.

Pero la *interactividad* fue relacionada no solo con medios de comunicación pública sino también de comunicación interpersonal, como los sistemas de audio y video conferencias (Bretz, 1983). Dentro de los llamados “nuevos medios”⁶ que permitían la comunicación interactiva, algunas investigaciones incluyeron además a canales y soportes tecnológicos como los satélites, los cables de fibra óptica y las entonces consideradas “microcomputadoras”, cuestión que prueba la juventud del campo de estudio en esa década.

⁶ *The new media*

Durante los 80, el término *interactividad* cobró mayor relieve en los estudios de comunicación, es así como aparecían entonces las primeras definiciones del concepto e incluso las primeras investigaciones que intentaron abordarlo y medirlo en sus distintos grados.

El investigador argentino Alejandro Rost⁷ en su tesis doctoral (2006) rastrea varios de los trabajos de la época que sirvieron de precedente para futuras aproximaciones al estudio de la *interactividad*, entre los que destaca los de Rudy Bretz (1983), Ronald Rice (1984), Everett Rogers (1986), Françoise Holtz-Bonneau (1986), Marie Marchand (1987), Jerome Durlak (1987), Sheizaf Rafaeli (1988), Frederick Williams, Ronald Rice y Everett Rogers (1988), Carrie Heeter (1989) y John Carey (1989).

La consolidación del uso del concepto transcurrió a la par del desarrollo de los estos nuevos medios que, si bien nunca llegaron a tener un público masivo, despertaron cierto interés en los estudiosos de la comunicación. Y la principal característica que diferenciaba a los nuevos medios de los tradicionales era su (mayor) potencial interactivo, tanto en lo que hace a las opciones de selección como a las posibilidades de expresión y comunicación que revelaban un flujo bidireccional en los mensajes.

A partir de los años 90, el uso del término *interactividad* tomó un nuevo impulso con el rápido crecimiento de los distintos servicios que ofrece internet y, particularmente, con la creación de la *World Wide Web*⁸. La creación de nuevos servicios y herramientas, al mismo tiempo que usuarios conectados en la Red crecían exponencialmente, las posibilidades para interactuar eran ahora ilimitadas.

Asimismo, continuaron los estudios en el campo, ahora con investigaciones más particularizadas sobre las distintas opciones interactivas que iban ofreciendo los nuevos medios en Internet, (Sheizaf Rafaeli, 1997; Patricia Riley et al, 1998; Ann Light e Yvonne Rogers 1999; Tanjev Schultz, 1999 y 2000; Keith Kenney et al, 2000; Wendy Dibeau et Bruce Garrison, 2000; Adrienne Russel, 2001; Rosa Zeta de Pozo, 2002) y se avanzó, aunque con distintas perspectivas, en la definición del concepto de

⁷ *La Interactividad en el Periódico Digital* (2006)

⁸ El 30 de abril de 1993, fue lanzada la *World Wide Web* de forma pública.

interactividad (Nicoletta Vittadinim 1995; Lucien Hanssen et al, 1996; Paul Noth Dominique, 1996; Jens Jensen, 1998; María Rosario Sádaba Chalezquer, 2000).⁹

Contrariamente, a pesar de que el término *interactividad* ha sido estudiado y debatido a lo largo de más de 30 años; hoy día continúa como un fenómeno que causa incertidumbre, probablemente porque muchos de sus aspectos permanecen inexplorados.

Jensen (1998) apoyado en la tipología de modelos de comunicación propuesta por Bordewijk y Kaam (1996), revela que han sido estudiados en profundidad los modelos:

- *de transmisión* que caracteriza a los medios masivos tradicionales.
- *de conversación o conversacional* desde el campo de la comunicación interpersonal.

Sin embargo, Jensen (1998) insiste en la poca o nula actividad investigativa hacia los modelos:

- *de consulta* por el cual el usuario es el que controla en cierta medida la distribución de la información producida por el medio (por ejemplo, en servicios bajo demanda¹⁰, recursos de información en línea, o la *Web*).
- *de registro* por el cual la información la produce el consumidor y la controla el medio (por ejemplo, sistemas de registros de accesos en los sitios *web*).

Los nuevos medios de comunicación, por sus características, quedan afuera además de las dos tradicionales áreas de interés en la que se han dividido los estudios de comunicación: la comunicación interpersonal y la comunicación masiva. Los nuevos medios son una combinación de medios interpersonales y medios masivos, “una especie de *medio masivo interpersonal*”, por lo que no encajan con ninguna de esas disciplinas (Jensen:1998:188, en Rost, 2006).

⁹ (Rost, 2006)

¹⁰ *On demand*, es un sistema que permite a los usuarios el acceso a contenidos multimedia de forma personalizada ofreciéndoles, de este modo, la posibilidad de solicitar y visualizar una película o programa concreto en el momento exacto que el telespectador lo desee.

El investigador en Comunicación argentino Carlos Alberto Scolari (2008) diferencia las claves esenciales para diferenciar a los viejos y a los nuevos medios:

Si nos centramos en el proceso productivo y en la materia prima de las nuevas formas de comunicación, el concepto clave es **digitalización**; si consideramos el contenido (multimedia) y el soporte tecnológico (redes) del proceso de comunicación, la noción que lo distingue (al nuevo medio) es **hipermedia**. Si concentramos la mirada en el proceso de recepción de los contenidos, la palabra clave es **interactividad**. (Scolari, 2008: 78-79)

Tomado esto en cuenta, investigadores (Manovich, 2006; Scolari 2008; Smith, 2010) coinciden en que estos nuevos medios, han devenido en la principal expresión de la convergencia mediática dentro contexto comunicacional contemporáneo pues,

Transforman la lógica tradicional de la comunicación (...) y pueden dar lugar a un modelo de comunicación horizontal o circular en el que el receptor no sólo obtiene la información que desea, sino que posee la opción de convertirse en emisor de mensaje múltiples y, en última instancia, el receptor desempeña una función tan importante como el emisor. En otras palabras, el usuario del medio adquiere una nueva relevancia y se modifica sustancialmente la pauta tradicional de los medios de comunicación (...) (Elizalde, 2012:26).

Tres aspectos son obligatorios a recalcar: el desarrollo del fenómeno interactivo no fue aislado, ni lineal; lo ideal sería referirse “a una evolución continúa de los medios hacia un mayor grado de interactividad (Rost, 2006:174)”, reforzado por el progresivo desarrollo en las últimas décadas de las TICs. Igualmente, el grado de interactividad depende no solo de la plataforma, sino también de cómo es usada esta. Por último, es necesario declarar que para esta investigación se utilizarán indistintamente los términos *interactividad* e *interacción*, entendiéndose el primero como la cualidad y el segundo como la acción de interactuar.

Definiciones de Interactividad

Aún en 2019, el concepto *interactividad* genera inquietudes según la perspectiva que se mire. Anteriormente se mencionaba que ha sido estudiado desde disímiles áreas

del conocimiento, lo que, si bien arroja luz sobre el fenómeno, no aporta una visión holística, objetivo francamente distante en la actualidad.

Dos investigaciones notables de los 80, fueron las de **Rudy Bretz** (1983) y **Jerome Durlak**¹¹ (1987) -quien bebe del trabajo de Bretz-. Ambos coinciden en el enfoque sociológico de sus estudios, igualmente, afirmaban que la interactividad era solo una relación entre individuos, dejando a la máquina/sistema/computadora fuera de la ecuación. Por último, concuerdan en que la interactividad como cualidad afecta solo sobre el medio (Bretz 1983; Durlak 1987).

El académico norteamericano y profesor de la Universidad de Rutgers, **Ronald Rice** (1984), con su trabajo *The New Media* realiza una revisión de todas las investigaciones sobre *interactividad*, y aunque no llega a una definición, reconoce a los nuevos medios como esas tecnologías de la comunicación que facilitan o permiten la interactividad entre los usuarios y la información (Rice, 1984:35).

Otra investigación a remarcar es la del entonces profesor de Stanford, Everett Rogers¹² (1986) en el libro *Communication Technology. The New Media in society*, ofrece una definición análoga a la de Rice (1984) destacando la relación individuo-computadora y las posibilidades selectivas que ofrecen los nuevos medios:

“Es la capacidad de los nuevos sistemas de comunicación (que usualmente tienen una computadora como unos de sus componentes) de responder a los usuarios, casi como un individuo participando de una conversación” (Rogers, 1986:4).

Sobre este trabajo Rost (2006:181) señala que “los nuevos medios se diferencian por sus mayores posibilidades interactivas, por su desmasificación y por su capacidad de enviar y recibir mensajes electrónicos en forma asincrónica” (p.e: a través del correo electrónico o los chats) o sea, cuando más le convenga a cada individuo.

¹¹ Investigador canadiense de la Universidad de York, Canadá.

¹² Rogers fue uno de los cuatro científicos que se conectaron por primera vez en 1969 a ARPANET, la predecesora de Internet.

Pero el aporte más significativo de Rogers es su idea de interactividad como un continuo, donde los medios tienen distintos grados de interactividad según las posibilidades, superando así el esquematismo maniqueo entre medios interactivos y no interactivos predominante en aquella época.

En el libro *Research methods and the new media*, de los investigadores Frederick Williams, Ronald Rice y Everett Rogers (1988), afirman que las características de los nuevos medios son la interactividad, la desmasificación y la asincronicidad; al mismo tiempo que brindan una nueva definición de *interactividad*: Interactividad “es el grado de control y de intercambio de roles que, en un proceso de comunicación, pueden tener los participantes en su discurso común (Williams, Rice y Rogers, 1988:10 en Rost, 2006:182)”¹³.

El concepto *discurso común*¹⁴ está basado en investigaciones previas, y expresa una comunicación reforzada a través de previos actos comunicativos. En el caso de *intercambio de roles*, se refieren a la posibilidad de que los receptores sean emisores y viceversa. El *grado de control* implica, según los autores, “las posibilidades de elegir el ritmo, el contenido y la secuencia de un acto de comunicación, buscar elecciones alternativas e introducir contenidos para otros usuarios y, quizás, crear nuevas posibilidades del sistema (Rost, 2006:182)”.

Por su parte, el investigador de la Universidad Stanford, Sheizaf Rafaeli (1988, 1997), quien con su tesis doctoral propuso una de las definiciones más citadas y aplicadas:

La interactividad expresa la medida en que una tercera (o posterior) transmisión (o mensaje) en una serie dada de intercambios comunicativos está relacionada con intercambios previos referidos a anteriores transmisiones (Rafaeli, 1988).

¹³ [“The degree to which participants in a communication process have control over, and can exchange roles in, their mutual discourse is called interactivity]

¹⁴ (Bretz, 1983)

Igualmente, vincula la interactividad con el grado de reacción o respuesta (*responsiveness*¹⁵) en un intercambio comunicativo y afirma que lo que distingue a una comunicación interactiva es nivel de interrelación de los mensajes.

Tal modelo –aunque transgresor para su época- limita las posibilidades de la que la comunicación interactiva al demandar tales requisitos, por tanto, solo un pequeño porcentaje de las TICs sean interactivos. “Un alto nivel de interactividad es un ideal, no una descripción de la realidad” arguye Rafaeli (1988:121).

Es preciso destacar que su concepción de la interactividad es muy particular, pues solo la admite como la interacción entre las personas –enfoque puramente sociológico- y no alude en momento alguno a la interacción del individuo con los contenidos o la computadora. Para Rafaeli “la *interactividad* no califica al medio sino a un proceso comunicativo cualquiera, sea mediado o no (Rost, 2006:185)”.

Un enfoque diferente Nicoletta Vittadini (1995) en el libro *Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación*, quien define la interactividad sólo dentro de las posibilidades selectivas que ofrecen los nuevos medios a los usuarios, o sea, considera que no existe interacción fuera de la relación individuo-máquina, solo una forma de comunicación entre individuos.

Otro referente importante en el estudio de la interactividad es la investigación de Lucien Hanssen, Nicholas Jankowski y Reinier Etienne (1996) de la Universidad de Nijmegen¹⁶, quienes abordan el concepto de interactividad desde la doble perspectiva de la relación individuo-contenidos e individuo-individuo. Sin ofrecer una definición propia, se apropian de las ofrecidas por Williams, Rice y Rogers (1986) y Rafaeli (1988).

Para ellos, la interacción establecida por los usuarios con los nuevos medios la denominan *face to interface communication* y la dividen en dos:

¹⁵ Es la cualidad de reaccionar correctamente. Es un concepto muy estudiado desde el diseño de interfaces. El diseño web responsivo es aquel que permite sitio o aplicación que automáticamente se adapta a la pantalla del dispositivo del usuario (*responsive web design* o *application*).

¹⁶ De Nimega, Güeldres, Holanda.

1. La comunicación mediada por la computadora (*Computer-mediated communication*), con roles intercambiables para el emisor y el receptor.
2. La interacción entre las personas y la computadora (*HCI, human computer interaction*) donde el rol del emisor se limita de acuerdo a las posibilidades otorgadas por el diseñador. (Hanssen, Jankowski y Etienne, 1996)

A modo de explicación, los autores advierten la asimetría en la interacción hombre computadora, donde existe un nivel más bajo de interactividad pues existe “en el mejor de los casos, una ilusión de intercambio de roles” afirman Hanssen, Jankowski y Etienne (1996:63).

Basados en el modelo de Rafaeli (1988), plantean tres niveles de interactividad:

1. La bidireccionalidad en la comunicación.
2. La comunicación reactiva.
3. La *responsiveness* (“responsividad” a falta de una mejor traducción al español)

Uno de los aportes de esta investigación es el rol que asignado al entorno visual (interfaz o interficie en entornos computarizados) que perciben los individuos que participan en el intercambio interactivo y las relaciones que tienen estos con ese entorno.

Según el investigador español Javier Díaz-Noci (2006:10) “uno de los trabajos indispensables para comprender el concepto de interactividad en la comunicación es el de Hanssen, Jankowski y Etienne”.

Posteriormente, Jens Jensen (1998) en su artículo¹⁷ para la Conferencia de Estudios Nórdicos, identifica tres conceptos fundamentales desde tres campos distintos que explican la *interactividad*:

1. El **concepto sociológico**. El aspecto importante aquí es que los participantes de la interacción están en un mismo contexto social. Dentro de la sociología, es posible tener comunicación sin interacción (p.e:

¹⁷ “*Interactivity*” *Tracking a New Concept in Media and Communication Studies*, 1998.

escuchando la radio o mirando el televisor) pero no interacción sin comunicación.

2. El **concepto comunicológico**. Según Rost (2006) “aquí no hay una definición tan clara debido a que los estudiosos de comunicación han seguido diferentes enfoques”. No obstante, Jensen afirma que la tendencia dominante –sobre todo desde los estudios culturales- es la que comprende la *interactividad* –o *interacción*- como las acciones de una audiencia o receptores en *relación a los contenidos*.
3. El **concepto informático**. Es el más claro, pues “la informática considera como base la relación de los individuos con la máquina, lo que se denomina en inglés la *human computer interaction* (HCI) (Jensen, 1998 en Rost, 2006).

No obstante, no siempre es fácil “encerrar” las distintas perspectivas a una disciplina determinada, pues la intrincada naturaleza de este concepto hace que a pesar de que desde la teoría resulte fácil, en la práctica no es sustentable:

Particularmente, a la hora de establecer una metodología de análisis de los nuevos medios, la relación individuos-contenidos no presenta diferencias tan cristalinas respecto a la relación individuo-computadora. ¿Cómo establecer si el individuo está interactuando con los contenidos o con el ordenador? ¿Dónde está el límite? (Rost, 2006:176)

A pesar de que la mayor parte de estas investigaciones parten del mundo anglosajón, paralelamente, varios investigadores iberoamericanos han estudiado el fenómeno.

La tesis doctoral de Alejandro Rost (2006) es sin duda uno de los mejores referentes, pues es un puente vital para articular al periodismo hipermedia con un concepto clave para su funcionamiento como la interactividad, sin dudas, funda los cimientos para una teoría sobre la *interactividad* en Comunicación.

En su tesis, Rost (2006) basado fundamentalmente en el trabajo de Jensen (1998), utiliza un concepto amplio de interactividad que considera tanto a la interactividad con los contenidos o con la máquina, como la interactividad con otros individuos:

1. Solo se refiere a la **interacción con los contenidos o con la máquina**. (*Interactividad selectiva*).
2. Alude a la **interacción entre individuos** (*Interactividad comunicativa*).
3. Comprende tanto la **interacción con los contenidos como la interacción entre individuos** (*Interactividad selectiva y comunicativa*).

Luego de un extenso recorrido por diversos estudios, termina brindando su propia definición:

[La interactividad] es la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios/lectores un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa) (Rost, 2006:195).

Rost (2006) ofrece una visión menos limitada de la interactividad al admitir los diversos anclajes teóricos que existen alrededor del tema. De este modo, su tesis doctoral se ha convertido en uno de los principales referentes en Iberoamérica sobre el estudio de la interactividad en los medios online.

Un investigador de obligada mención es el profesor de la Universidad Complutense, Isidro Moreno Sanchez (2012) quien a lo largo de su carrera se ha especializado al estudio de las narrativas hipermedia y transmedia, y el rol de la interactividad dentro de estas.

En su artículo, *Narrativa Hipermedia y Transmedia* (2012), Moreno Sánchez determina tres niveles de interactividad posibles desde una perspectiva transdisciplinar, que va de las ciencias cognitivas hasta la comunicación misma y que analiza incluso desde la semiótica, el uso que hacen de los usuarios de los contenidos. Moreno determina tres niveles de interactividad:

- **Participación selectiva.** Cuando la interactividad se reduce a seleccionar entre las opciones que ofrece el programa. Aquí el receptor elige el orden y la duración de su intervención; pero no realiza ningún tipo de transformación o de construcción respecto a lo creado por el autor.
- **Participación transformativa.** El usuario no sólo selecciona los contenidos propuestos por el autor, sino que puede transformarlos. El autor propone y el lector dispone, la participación selectiva se amplía enriqueciéndose la narración.
- **Participación constructiva.** El programa permite al usuario seleccionar, transformar e, incluso, construir nuevas propuestas que no había previsto el autor. Al vivir estas experiencias es mucho más fácil retenerlas que sí, sencillamente, se fuera testigo de las mismas o se ofreciesen como opciones selectivas. Es en esta categoría constructiva donde la narrativa no lineal o hipermedia adquiere su máxima expresión. El receptor puede ser realmente un coautor o un lector que elige, transforma y construye.

Aunque Moreno (2012) analiza en específico situaciones muy particulares como videojuegos, multimedia u otras aplicaciones interactivas contemporáneas, lo cierto es que su trabajo, marca la pauta a seguir para muchos creativos en diversas áreas interactivas, como la museología digital o la Realidad Aumentada, o la más actual Realidad Virtual.

Desde el ámbito académico cubano también se ha abordado, como rasgo del Periodismo Hipermedia, el fenómeno interactivo. La tesis de Maestría en Comunicación de Milena Recio (2003), *Periodismo digital: el límite de lo posible. Un análisis de las transformaciones del periodismo en Internet*, uno de los trabajos de investigación más citados en el ámbito del ciberperiodismo cubano.

Recio se refiere al abrumador y exponencial potencial que posee la web, sobre todo las herramientas que construyen las narrativas hipermedia y como la interactividad configura y define –claramente- los espacios digitales, y declara que “toda acción tanto

en la web como en la computadora es por si misma interactiva, pues la naturaleza de ambos sistemas, es la interactividad (2006:44)”.

En una situación claramente individuo-computadora, hay consenso sobre la existencia de cuatro posibles niveles que se suponen respectivamente, en la medida en que van ganando en complejización:

1. **“La actividad que logra el usuario a partir de ciertos atributos de hardware** (a través de dispositivos periféricos como el teclado, el mouse o los speakers).
2. **“La acción sobre la interfaz de software** (las interfaces gráficas, y el sistema de ventanas, multiplicaron las posibilidades de interactividad con el usuario).
3. **“La acción del usuario sobre el sistema** (mediante la «personalización», la definición de trayectorias, etc.).
4. **“Cuando se pasa de la exploración a la creación** (el sistema permite la modificación no prevista de antemano, el usuario puede agregar contenido y trabajar en colaboración con otros usuarios)”. (Recio, 2003 en Rodríguez, 2005:24)

Según Arlindo Machado (2003) en la práctica, las publicaciones digitales suelen moverse entre tres niveles de interactividad: el primero, se caracteriza por la posibilidad de entrar en contacto con el periodista o webmaster del sitio por medio del correo electrónico para hacer reclamaciones, ofrecer sugerencias o solicitar información. En un segundo nivel, el lector es llamado a opinar a partir de las opciones dadas. El tercero, comprende las prácticas en las cuales el usuario contribuye a la elaboración de la noticia -en este nivel “la separación entre autor y lector será apenas una contingencia nunca absoluta y reversible a cualquier momento”. (2003)

La investigación se adhiere al concepto de interactividad de Alejandro Rost (2006), **específicamente considerando como modelo la interactividad selectiva+comunicativa, al tratarse de una situación en la que se propone optimizar la interacción tanto de los usuarios con la plataforma, como entre los usuarios a través de la propia plataforma.**

1.3.1 Recursos interactivos hipermedia

En su tesis de Licenciatura Anidelys Rodríguez (2005:24) expresa que “la interactividad supone construcción de sentido entre los actores de la comunicación”; por su parte Recio (2003) afirma que “los medios *online* tienen ante sí la potencialidad de provocar un desplazamiento radical desde un modelo difusionista hacia un modelo interactivista” y explica que no sólo es desarrollar plataformas interactivas sino también cultivar la cultura profesional alrededor de ello, sin perderse en el vicio tecnologicista (2003).

Entre los recursos que permiten esa interactividad comunicativa que explicaba Rost (2006), están:

- La posibilidad de publicar comentarios sobre los artículos y/o el sitio.
- El foro de discusión.
- El chat.
- El correo electrónico (de la organización y/o de cada uno de los miembros del equipo de trabajo de la Web y las fuentes citadas).
- La sección “Quiénes Somos” (se ofrecen la información de contacto de la organización, así como sus integrantes)
- Los sondeos y encuestas.
- Las votaciones para que el usuario valore y/o califique el contenido.
- Noticias más comentadas, más leídas y más interesantes.
- La posibilidad de enviar la página a un amigo a través de correo electrónico.
- La opción de “Compartir” a través de redes sociales, y dar “Me Gusta”.

Dentro de la interactividad selectiva –la interacción con los contenidos-, se encuentran, por ejemplo:

- Enlaces a otros sitios (en tanto posibilidad de ampliar el recorrido de lectura).
- La información personalizada (boletines electrónicos, servicio RSS, listas de correo).
- Los sistemas de búsqueda:

- Motor interno de búsquedas con resultados completos y precisos.
- Asistencia al usuario en caso de no ofrecer resultados para una consulta dada.
- Posibilitar al usuario búsquedas en Internet sin salir del sitio, en caso de no contar con motor interno, o alguna alternativa de recuperación de información.
- El acceso a los archivos (del sitio en general, por secciones y/o temáticas) así como los recursos multimedia (imágenes y gráficos interactivos, postales virtuales, audio, vídeo).
- El video embebido.
- Las Infografías interactivas.

Comentarios: Los comentarios son, sin duda, uno de los temas peor tratados en el mundo de los contenidos en la red. Muchos medios los consideran un problema intratable, y renuncian a una supervisión que, a partir de determinado volumen, supone un fuerte drenaje de recursos aún muy difícil de automatizar.

El resultado, particularmente cuando se mezcla con las bajas pasiones que desatan temáticas como el deporte o la política, es que suelen ser auténticos vertederos dialécticos, completamente prescindibles, cuando no una fuente de problemas legales.

El anonimato es otro elemento complicado: la posición desinformada es la de quienes pretenden exigir nombre real, correo electrónico... manos en la nuca y carnet en la boca a quien pretenda comentar, sin entender que el anonimato es un derecho que, además, resulta difícil de coartar.

Otros optan por mantener una política de identificación con el sitio web que permita exigir responsabilidades legales, combinada con la posibilidad de comentar mediante seudónimo o *nickname*, o permiten cualquier identidad siempre que no se vulneren las normas del sitio, o restringen únicamente la suplantación o el *astroturfing*¹⁸, en el que

¹⁸ Es un término referido a campañas de relaciones públicas en el ámbito de la propaganda electoral y los anuncios comerciales que pretenden dar una impresión de espontaneidad, como nacida de una fuerte relación con el entorno social.

una o varias personas crean múltiples personalidades para aplaudir una postura determinada y simular un apoyo masivo.

El planteamiento de los comentarios como problema choca con la existencia en la red de sitios como Quora, Reddit, Slashdot y otras, en la que los comentarios son el verdadero valor añadido, donde sistemas de control basados en la evaluación por pares se convierten en la ley que eleva la visibilidad de las buenas contribuciones y sus autores, pero entierra en el lodo de lo invisible los exabruptos y a los impresentables que no vale la pena ver.

Para un medio de comunicación, una comunidad de comentaristas sana y que aporte valor se convierte en una necesidad cada vez más evidente: desde la popularización de la red, es fundamental asumir que siempre hay alguien ahí fuera que sabe más que el autor de la noticia o del artículo, y que puede aportar esa opinión o ese dato interesante que la enriquecen, que añaden un punto de vista o que le otorgan una relevancia mayor. Que ese alguien quiera venir a aportarlo a tal página, y no a otra, se convierte en un elemento fundamental de validación.

Foros de debate o de discusión: Se trata de una herramienta interactiva integrada por un grupo de personas que, convocadas previamente sobre un evento o intereses específicos, intercambian opiniones y analizan o discuten entre sí, acerca de determinados temas dentro de una lista. La comunicación se realiza en tiempo diferido y los mensajes son enviados por cada usuario a todos los miembros a través de su dirección de correo electrónico.

Mediante redes de ordenadores este instrumento de comunicación posibilita la interacción simultánea y a distancia de un amplio auditorio con un panel de expertos, dirigidos por un moderador, el cual controla la publicación de las intervenciones online.

Existen dos concepciones fundamentales sobre los foros: la original, o sea, un sitio web (o también dentro de un sitio web) especialmente creado para la discusión, dividido por áreas temáticas; y la reconfiguración, el llamado “foro-debate”, muy utilizado en

cibermedios cubanos como Cubadebate, en el que el medio propone un tema y llama al debate mediante los comentarios de los foristas.

De igual forma, ambas modalidades, cumplen con el objetivo fundamental que es generar el dialogo y la diversidad de criterios alrededor de un tema determinado.

Chat: Cuando hablamos de chat nos referimos a una herramienta interactiva que posibilita a través del teclado, “hablar”, conversar e intercambiar opiniones y criterios sobre disímiles temas, con otros usuarios conectados a la plataforma.

Para participar en un IRC¹⁹ se requiere un programa específico que permite acceder a una serie de servidores públicos conectados en red, dedicados a este tipo de comunicación. En la actualidad, las plantillas de los CMS más empleados son compatibles con *plugins* y extensiones que agregan un servicio de chat para el sitio.

Su analogía con el correo electrónico es que permite a sus usuarios enviar mensajes escritos a diferentes partes del mundo. Las diferencias entre ambos servicios de comunicación radican en que la interacción del e-mail, como señalamos antes, es diferida y en el chat es en vivo, lo que lo hace más dinámico e interactivo al posibilitar verdaderas conversaciones entre dos o más personas conocidas o desconocidas, sobre temas específicos, generales, desde cualquier latitud del mundo.

Correo electrónico o e-mail: Es el sistema de mensajería más utilizado como herramienta interactiva en los medios online. Conceptualmente el e-mail es idéntico al correo tradicional, como canal de comunicación. El emisor escribe una carta o breve mensaje en su ordenador y la remite a la dirección de la persona que desea la reciba –el destinatario-.

Hasta aquí las analogías, porque un correo postal tardaría días, quizá meses; en cambio la Red digital, reduce el plazo a segundos, o a lo sumo, escasos minutos. El receptor una vez conectado a la Red, recibirá en su buzón estas nuevas misivas, con

¹⁹ *Internet Relay Chat*. Es un protocolo de comunicación en tiempo real basado en texto, que permite debates entre dos o más personas. Se diferencia de la mensajería instantánea en que los usuarios no deben acceder a establecer la comunicación de antemano, de tal forma que todos los usuarios que se encuentran en un canal pueden comunicarse entre sí, aunque no hayan tenido ningún contacto anterior.

la posibilidad de responderlas a la mayor celeridad e inmediatez. El correo electrónico fue el primer servicio ofrecido a través de Internet y estuvo presente en sus antecedentes más remotos.

La posibilidad de incluir archivos adjuntos es otro de los grandes avances de este canal interactivo y actualmente cualquier fichero electrónico –fotos, sonidos, vídeos, hojas de cálculo, bases de datos, entre otros- puede navegar de la mano de un e-mail.

Se acepta como válido en medios informáticos considerar que cada usuario de Internet tiene, al menos, una cuenta de correo electrónico, considerando las múltiples opciones para el intercambio gratuito de mensajería utilizando las bondades del WWW, lo cual convierte a este servicio en una de las herramientas más usadas de toda la Red.

Sección ¿Quiénes Somos?: También llamada en algunos sitios “¿Quién es quién?”, “Conózcenos”, “Nosotros”, entre otras denominaciones, es la página que identifica a los realizadores (actores principales) de una Web. Es un recurso interactivo porque facilita la retroalimentación personalizada entre emisores y receptores. ¿Quiénes Somos?, es una puerta abierta a la comunicación entre la fuente de realización del producto, su público consumidor y viceversa. Constituye, además, una vía de certificación de los contenidos. El lector online, al disponer de este recurso de interactividad, puede elegir democráticamente a su interlocutor para dialogar e intercambiar criterios e informaciones.

¿Quiénes Somos? o ¿Quién es quién?, es un recurso interactivo que ofrece la facilidad de interactuar a los actores, que asumen roles editoriales de responsabilidad con sus audiencias; por tanto, han de darse las caras, recíprocamente.

Sondeos y Encuestas: Constituyen servicios de intercomunicación o herramientas interactivas empleadas con frecuencia en los medios digitales, a través de un formulario dirigido al lector, que posibilita opinar sobre un determinado tema o publicación.

Entre otras opciones, el visitante puede votar a favor o en contra del trabajo o de forma positiva o negativa. También desde el punto de vista cualitativo categoriza su

evaluación, predeterminada por el emisor, con indicadores del tipo: Excelente, Muy Bueno, Bueno, Regular, Malo, Pésimo.

En algunos casos, según su programación, el lector puede apreciar de forma instantánea cuál es la opinión global de los lectores que han participado en dicha encuesta.

Las fuentes revisadas precisan las cualidades de esta herramienta interactiva:

- Formulación de preguntas claras, concisas, directas, sencillas, no tendenciosas, éticas y donde prevalezca el respeto a la inteligencia del lector.
- Programación de una base de datos que no permita el voto reiterado de un mismo lector, para evitar la falsa ilusión que podrían generar sus resultados cuando son esencialmente cuantitativos.

La retroalimentación *-feed-back-* entre los medios y sus audiencias, a partir de la encuesta online, abre novedosas posibilidades interactivas, frente al recurso, casi exclusivo, de la antigua “Carta al Director”.

Posibilidad de que el usuario valore y/o califique el contenido; Noticias más leídas/comentadas: Es una herramienta útil en cuanto sirve para posicionar determinados contenidos dentro del sitio, permitiendo que los usuarios accedan con más facilidad a los contenidos mejor valorados.

Complementariamente, las opciones de mostrar tanto las noticias más comentadas como las más leídas, sirven para mostrar al usuario cuales contenidos están siendo tendencia dentro del sitio. Lo que genera una cadena de eventos *-puramente interactivos-* que, por lo general, “obligan” o inducen al usuario mantenerse en el sitio.

Posibilidad de enviar un artículo por correo electrónico; “Compartir” o dar “Me Gusta”: Incluir botones de compartir en redes sociales o enviar a un amigo simplemente le da mucha más visibilidad y viralidad al contenido del medio, lo que se traduce tráfico generado, visitante y lector.

Una cosa es generar contenido y otra es ser leído. Entre tanta abundancia de información de diferentes calidades, es difícil hacerse notar y crear una base de fieles lectores. De ahí la importancia de promover al máximo cada pieza de comunicación. Un solo usuario promedio que decida compartir contenido, tan solo en las principales redes sociales, puede generar muchísimo impacto.

Suponiendo que el usuario tenga un promedio de 300 seguidores/amigos en Twitter, Facebook y Google +, estará poniendo al alcance de un clic aproximadamente a 900 personas, y con solo uno o dos de sus seguidores que repliquen el contenido, este estará a disposición de más de 2,500 personas, de una forma muy sencilla.

La mayoría de las redes sociales ya ofrecen el código para colocar un botón de “Compartir”, por ejemplo: *Facebook Social Plugins*, *Twitter Share Button*, o bien a través de *plugins* de terceros como *Shareaholic* o *Addtoany*.

Muchos blogs y páginas mueren en el anonimato porque el contenido es consumido por unos pocos, sin lograr desplegarlo a un mayor número de receptores.

Sistemas de búsqueda: Esta herramienta interactiva es sin duda, de notable utilidad en el acceso a la información. Una base de datos permite que se puedan referir en cada sitio, a la edición del día o a su propia hemeroteca digital.

Las posibilidades de estas últimas varían ostensiblemente, de ahí que en algunos sitios se pueden presentar las ediciones de las últimas semanas, de los últimos meses, o años. Los buscadores pueden ser del propio sitio (internos) o de otros (externos).

Estas aplicaciones básicamente relacionadas con la labor de documentación y valores añadidos de una Web, conciernen a esta investigación, en tanto posibilitan la interacción con la información online.

Tanto los buscadores del propio sitio o los enlaces insertados en éstos que apuntan hacia otros motores de búsqueda internacionales –el caso de Google es el más utilizado en los sitios cubanos- constituyen utilidades interactivas de acceso a la información. Su eficiencia online se palpa en el grado de veracidad, rapidez y objetividad.

Opciones para enviar artículos, imprimir, agregar a favoritos, enviar a un amigo, hacer la página de inicio del navegador: Estas herramientas interactivas son las más utilizadas actualmente en los medios online. Es frecuente hallar estas facilidades previamente programadas para cada información y contenidos, así como las bases de datos que permiten interactuar al lector con la Web, en la emisión de sus colaboraciones y/o comentarios sobre un tema específico.

En el caso de enviar a un amigo, potencia el alcance del medio y significa un punto álgido de interacción, pues el usuario no solo le interesó el contenido, sino que decidió que también le podría ser de interés a otra persona.

En el caso de la impresión, aunque ya no es la opción más popular, el botón “Imprimir” ahorra al usuario una larga cadena de clics para llevar al papel el contenido de interés.

La opción de “Agregar a favoritos”, así como la de “Hacer la página de inicio del navegador”, crean la oportunidad de que el usuario que lo desee pueda acceder rápidamente al sitio y a las últimas notificaciones, sin tener que teclear la URL ²⁰ cada vez que acceda a este.

Enlaces (internos o externos): Aun cuando esta herramienta podría clasificar dentro de las cualidades de la hipertextualidad, -de hecho, lo es-, el servicio de apuntar hacia otros sitios; por perfiles temáticos, medios o entidades, constituye otra de las novedades interactivas de Internet; vista como informaciones complementarias; utilidades de acceso a la información en la Red, o valor añadido de la comunicación.

En nuestros medios online la tendencia es a vincularnos con otros sitios de la prensa nacional y en algunos casos particularizando una selección de sitios con versiones de medios afines. El enlace a otros sitios, es una facilidad u opción a nuestros lectores para ampliar de manera personalizada, horizontes y rutas de información y conocimientos.

²⁰ **Localizador Uniforme de Recursos**, El LRU de un recurso de información es su dirección en Internet, la cual permite que el navegador web la encuentre y la muestre de forma adecuada. Por ello, el URL combina el nombre de la computadora que proporciona la información, el directorio donde se encuentra, el nombre del archivo, y el protocolo a usar para recuperar los datos para que no se pierda alguna información sobre dicho, factor que se emplea para el trabajo.

Aunque lo más recomendable es no ubicar enlaces que hagan al usuario salir del sitio, es una práctica común, pues muchas veces es para ampliar la noción sobre algo en específico o hacia un sitio “amigo” o de la misma organización.

No obstante, no hay que temer a la pérdida de tráfico internacional por estos vínculos, si somos eficientes y emitimos buenos contenidos, articulados con los perfiles de usuarios, preferencias de los lectores y/o comunidades en la Red digital.

Consideramos los enlaces o vínculos hacia otros sitios, como una estrategia interactiva de integración e intercambio entre otros medios; además de ganar tráfico cuando se logra que los visitantes a través de nuestra Web, inicien sus rutas de navegación.

Video embebido: A partir de extensiones y plugins, o directamente insertando el código en el artículo a publicar, diversas plataformas con servicio de videos, particularmente YouTube, Facebook, Instagram, Twitter o Vimeo (entre otras); permiten que se genere un cuadro de reproducción en la página, sin necesidad de que el usuario salga del sitio.

Infografías interactivas: La infografía es un recurso gráfico en el que confluyen texto e imagen, y es considerada como una forma evolucionada del lenguaje escrito. Es una representación que fluye directamente desde lo informativo apoyado en la didáctica, aunque puede tener intenciones de carácter más persuasivo, mientras no pierda su función informativa-didáctica.

Aunque el término infografía es nuevo en el panorama de la comunicación y debe asentarse como producto en estrecha vinculación con la tecnología, es un lenguaje de la comunicación visual que posee características asentadas y otras incipientes gracias al desarrollo de la tecnología.

En la actualidad, existen numerosas plataformas para desarrollar infografías interactivas como Pictochart, Canvas, PicMonkey, Adobe Flash, entre otras. Esta capacidad interactiva de que el usuario se “sirva a placer” de la interfaz infográfica, posibilita una mejor comprensión de los datos a mostrar.

Como se ha mencionado en diferentes momentos del Capítulo, estos recursos no son de uso exclusivo de los sitios web de medios de comunicación, no obstante, las herramientas teóricas del Periodismo Hipermedia correctamente aplicadas, pueden incidir en el uso eficiente de los mismos en cualquier plataforma. Es el caso singular de la presente investigación, en la que se propone tender un puente entre las potencialidades de los recursos interactivos hipermedia y las plataformas de Gobierno electrónico en Cuba.

1.4. La usabilidad en los sitios web

La interactividad es una característica que, viene en parte, determinada por la usabilidad, pues esta última ofrece al usuario las herramientas necesarias para que pueda existir esa interactividad.

La usabilidad es un concepto fundamental del entorno web, que fue definida por el padre de la Usabilidad, el danés Jakob Nielsen (1993) como “un atributo de calidad que mide lo fáciles de usar que son las interfaces web”.

Nielsen (1994) en su trabajo *Usability Inspection Methods*, afirma que el método heurístico es uno de los menos complejos y rentables de aplicar para valorar la usabilidad en los sitios web.

En otro artículo, *Ten Usability Heuristics*, Nielsen menciona diez principios heurísticos de usabilidad a tener en cuenta por los desarrolladores:

- Visibilidad acerca el estado del sistema.
- Conexión entre el sistema y el mundo real.
- Control y libertad del usuario.
- Prevención de errores.
- Diseño práctico y minimalista.
- Consistencia y estándares.
- Reconocer mejor que recordar.
- Uso eficiente y flexibilidad.
- Ayuda y documentación.
- Ayuda, diagnóstico y recuperación de errores.(Nielsen, 2002)

Un referente actual del método de evaluación heurística es el propuesto por el diseñador español Yusef Hassan (2003) en su *Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web*, quien propone evaluar criterios como identidad e información, lenguaje y redacción, rotulado, estructura y navegación, *lay-out* (diseño) de la página, búsqueda, elementos Multimedia, ayuda, accesibilidad, y control y retroalimentación.

Pese a las dificultades sobre estos estudios, acerca de los sondeos a la usabilidad, Nielsen aclara que:

Muchos métodos para sondear la usabilidad son tan fáciles de aplicar que es posible que desarrolladores no tan avanzados operen como evaluadores, aunque normalmente se obtienen mejores resultados cuando se involucran expertos en usabilidad (Nielsen, 1994).²¹

La usabilidad a menudo es confundida con la interactividad, se trata de dos características que están muy relacionadas y que comparten un espacio de análisis que suele solaparse, pero ambas voces no son sinónimas. Por tanto, es plausible que el estudio de una implique comprobar y/o analizar determinados factores de la otra.

²¹ *[Many usability inspection methods are so easy to apply that it is possible to have regular developers serve as evaluators, though better results are normally achieved when using usability specialists].*

CAPÍTULO II: UNA MIRADA AL EMPLEO DE LOS RECURSOS INTERACTIVOS EN EL PORTAL CIUDADANO DE HOLGUÍN

2.1 Necesario acercamiento al gobierno electrónico en Cuba

La información y la informatización son entes esenciales de cualquier país para alcanzar su máximo desarrollo social. Por estos días, en los que el fenómeno denominado tecnología avanza a pasos agigantados, se deben tener en cuenta los beneficios y obstáculos que puedan traer consigo las TIC, en aras de mantener un estrecho vínculo entre el ciudadano y sus representantes.

Por ejemplo, existen plataformas, sitios, en las cuales se retiene una serie de contenidos válidos que los ciudadanos pueden consultar y entender respecto a las leyes y normas de cada país. Tal es el caso del Gobierno Electrónico, el cual ofrece variados servicios para el pueblo, obteniendo una retroalimentación, lo cual, a su vez, favorece la interacción con lo que se brinda.

El gobierno de cualquier nación se destaca por desarrollar funciones dentro de la sociedad, distribuyendo actividades políticas y estatales; por lo que no se puede ver al Gobierno Electrónico aislado del Gobierno público, estos enfrentan situaciones similares que, en su conjunto, se traducen en ventajas a partir de los objetivos propuesto por cada uno de ellos.

Según (Rivera, 2006:263) el Gobierno Electrónico constituye una nueva manera de organizar la gestión pública para aumentar la eficiencia, transparencia, accesibilidad y capacidad de respuesta a los ciudadanos a través de un uso intensivo y estratégico de las tecnologías de la información y comunicaciones, tanto en la gestión interna del sector público como en sus relaciones diarias con ciudadanos y usuarios de los servicios públicos.

Por lo tanto, se observa como un medio para que los Gobiernos modernicen sus procesos, mejoren sus interacciones con los ciudadanos y disminuyan la fractura digital existente entre estos. En el caso de los “países en desarrollo, el Gobierno Electrónico es una gran oportunidad para mejorar la calidad y la eficiencia de la administración y la economía”. (Cellary, 2008:153)

Para poder materializar el fenómeno en cuestión se tiende a seguir determinadas pautas, normas, experiencias y buenas prácticas. Además de orquestar y gestionar de forma coherente personas, tecnologías, servicios, sistemas y procesos propios del campo de dominio del Gobierno Electrónico, como de otros campos que sean necesarios considerar. (Alvarado, 2014 citado en Secretaría Nacional de la Administración Pública, 2014)

De esta manera, es necesario plasmar que los Gobiernos Electrónicos se basan principalmente en la implementación de herramientas como portales, redes sociales y comunidades virtuales, para la mejora en la eficiencia y eficacia de los procesos internos de la sociedad.

El Gobierno electrónico persigue incrementar la transparencia y eficiencia del sector público, proveer medios ágiles de información y comunicación para los ciudadanos, asegurando el desarrollo sostenible.

Debe ser, sin lugar a dudas, oportuno en relación al tiempo, idóneo en relación a la adecuación, seguro con plataforma y usuarios, transparente en cuanto a su eficiencia y eficacia, así como en el acceso a sus presupuestos y ejecuciones, debe también, garantizar la probidad, ser satisfactorio al ciudadano en cuanto a calidad, oportunidad y debe promover la excelencia. (Izquierdo, 2015:28)

Con lo antes expuesto, se puede concluir que el Gobierno Electrónico es el medio más eficaz de ofrecer a los ciudadanos información apropiada a través de las TIC. Brinda indicadores sobre productos y trámites ofrecidos por cada sector gubernamental del país. Estableciendo una mejora en la eficiencia y eficacia en la administración de cada empresa y el Gobierno, funcionando, así como medio de retroalimentación entre los distintos sectores y la población.

Un aspecto importante es que se debe hacer desde una visión centrada en el ciudadano, o sea, se deben agrupar las necesidades de los ciudadanos y mejorar su calidad de vida a través del buen uso de las tecnologías.

El Gobierno cubano ha tomado como sustento para la definición de la visión del Gobierno Electrónico, los cuatro pilares fundamentales del proceso revolucionario cubano: la educación, la salud, la seguridad social y la cultura. Los cuales se trabajan a través del Programa Rector para la Informatización de la Sociedad Cubana, estrategia que tiene al ciudadano en el centro de sus objetivos, buscando elevar su calidad de vida a través del uso de las TIC.

En el 2000 surge el Ministerio de la Informática y las Comunicaciones (MIC), con la misión fundamental de fomentar el uso masivo de las TIC en la economía nacional, la sociedad y al servicio del ciudadano mediante la estrategia Nacional de Informatización contenida en el “Programa Rector de la Informatización de la Sociedad en Cuba” (De Armas, 2011)

La Declaración de Principios de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información, producto de la reunión de Ginebra de diciembre de 2003 sostiene que es el deseo y compromiso de los representantes de las naciones del mundo:

(...) construir una Sociedad de la Información centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida. (CMSI, 2003)

El mismo documento resalta el desafío de encauzar el potencial de las TIC en esa dirección y destaca que dichas tecnologías deben utilizarse como herramientas importantes del buen gobierno. En dicha reunión, nuestro país, en correspondencia con lo expresado, planteó que:

“aprovechando las TIC en apoyo a la infraestructura ya existente, se trabaja en diversos programas para el desarrollo del individuo, la economía y la sociedad, privilegiando el uso social y colectivo de las TIC. Se ha priorizado la Educación, la Salud, la Ciencia y la Técnica, las Universidades, las instituciones del Gobierno, la

Administración Central del Estado, y los servicios al ciudadano” (González Planas, www.cubaminrex.cu).

Dado el estudio se puede decir que Cuba cuenta hasta el momento con un Gobierno Electrónico de presencia (De Armas and De Armas, 2011), pues no existe una retroalimentación entre la población y estos organismos que cuentan con un sitio web con tantas opciones de servicios.

No obstante, gracias a la existencia en Cuba de la Universidad de Ciencias Informática (UCI) y uno de sus principales proyectos dedicados al estudio profundo de esta rama, se han creado diferente software y sitios web a los que la población puede acceder y disfrutar.

Dentro de sus instalaciones han creados diferentes centros con el fin de garantizarle al país mejoras continuas en el avance de las tecnologías; uno de ellos es el Centro de Gobierno Electrónico (CEGEL), donde se trabaja aspectos prácticos del Gobierno Electrónico a través de la gestión de Gobierno, implementación de proyectos nacionales e internacionales en importantes áreas de la Administración Pública y procesos funcionales del Estado. Esto lleva a una reducción de trámites, errores humanos, pérdidas de tiempo. (Amoroso, 2014)

Sin embargo, el país ha logrado realizar una serie de acciones para establecer avances en la tecnología, estableciendo varias técnicas para llevar a cada empresa programas fruto del desarrollo de la Industria Cubana del Software (ICSW).

Este programa tiene como objetivo lograr ingresos considerables al país, contando siempre con el factor más importante: el capital humano, capaz de aprender, aprovechar cada minuto de capacitación, logrando estrategias para la mejora en la eficiencia y eficacia de los programas de cada industria.

En el año 2018 se tomaron importantes decisiones en el campo de la comunicación en Cuba. El Consejo de Ministros aprobó en enero de ese año la política de Comunicación Social del Estado y el Gobierno cubanos, e inmediatamente se inició la concepción de las normas jurídicas que la hacen efectiva.

Aun en medio de dificultades económicas y tecnológicas, diversas instituciones cubanas potencian cada vez más la participación ciudadana en la Web y las redes sociales, los canales de comunicación más notables en los últimos años.

El objetivo es que las plataformas informáticas de desarrollo de productos y servicios permitan la interacción del pueblo con el Gobierno y sus instituciones, y estén orientadas a la satisfacción de las necesidades de las personas, a la gestión del conocimiento y al logro de una elevada cultura general integral.

Directamente, se convierte en prioridad ofrecer a la población información y explicaciones, responder a sus inquietudes y atender sus propuestas, críticas y sugerencias a partir de difundir en las redes los logros, deficiencias y perspectivas.

Con este fin, actualmente se ejecuta en Cuba el Programa Nacional de Gobierno Electrónico, que se manifiesta como un ejercicio de comunicación social en los ámbitos institucional, mediático y comunitario, y cuenta con las investigaciones realizadas desde el Centro de Estudios de la Administración Pública, adscrito a la Universidad de La Habana; y el Centro para el Gobierno Electrónico de la Universidad de las Ciencias Informáticas (UCI).

La implementación de esta forma de gestión está insertada en el proceso de informatización de la sociedad que tiene su base en la Política Integral para el perfeccionamiento de la Informatización de la sociedad cubana, aprobada en febrero de 2017.

Según los resultados de la Encuesta de Gobierno Electrónico de 2016 realizada por la Organización de Naciones Unidas (ONU), Cuba se ubica en la posición 131 (de 193 países encuestados), con un valor del Índice de Desarrollo del Gobierno Electrónico (IDGE) de 0.35, siendo 1 el valor máximo posible. Dicho ranking es encabezado por el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte con un valor de 0.91.

El cálculo del IDGE es la suma ponderada de tres subíndices:

- Índice de Servicios en Línea (ISL). Cuba presenta un valor de 0.19.

- Índice de Infraestructura de Telecomunicaciones (IIT). Cuba presenta un valor de 0.11.
- Índice de Capital Humano (ICH). Cuba presenta un valor de 0.75.

Cuba, a través del Ministerio de Comunicaciones ha adoptado para el establecimiento y desarrollo del gobierno electrónico un modelo que contiene cuatro etapas:

- **Presencia** de los organismos y gobierno con información útil para la población en el sitio del gobierno.
- **Interacción** de la Administración Pública, el gobierno y el pueblo.
- **Transacción** donde se usen los pagos electrónicos en los trámites y servicios.
- **Transformación**, que incluye la participación del pueblo en la construcción de las políticas públicas y en la gestión de la administración y el gobierno.

Ahora que todas las provincias del país están aplicando la primera etapa del Programa Nacional de Gobierno Electrónico con presencia de los organismos y gobierno con información útil para la población en el portal del ciudadano, los retos fundamentales son mantener actualizados estos sitios y adentrarse en la segunda etapa, denominada Interacción.

La etapa de interacción concibe la implementación de los mecanismos de comunicación e intercambio con los usuarios, incrementándose el nivel de interacción de los mismos con el Gobierno. Sus principales características son:

- Descarga y carga de formatos o plantillas de documentos necesarios, fundamentalmente en los servicios y trámites que ofrece el organismo o entidad.
- La información referente a las dependencias del organismo o entidad organizada en secciones específicas.
- Catálogo en línea con todos los servicios y trámites que ofrece el organismo o entidad y sus dependencias.
- Información referida a la estructura orgánica, directivos, los objetivos de trabajo, metas e indicadores (al menos del año en curso);
- Directorio con correo electrónico y teléfonos de contacto institucionales de los directivos y funcionarios del organismo o entidad y sus dependencias

- Seguimiento en línea, por los ciudadanos, del estado de los trámites.
 - Funcionalidades que permitan al ciudadano compartir con amigos o replicar en redes sociales las informaciones de su interés.
 - Sistema de atención al ciudadano en línea mediante correo electrónico.
 - Ventana en línea para el recibo de incidencias.
 - Publicación de información recurrente (preguntas frecuentes).
 - Acceso a la información en distintos formatos de multimedia (audio, video).
- (Mincon, 2018)

Provincias como Pinar del Río (RedPinar, fue el primer Portal Ciudadano cubano online), Granma y Matanzas, y el Grupo Empresarial Correos de Cuba avanzan en esta segunda etapa, y constituyen ejemplos de la pertinencia de estas plataformas.

El Programa Nacional de Gobierno Electrónico deviene en un instrumento imprescindible de producción de comunicación en todos los ámbitos, para orientar la eficacia y eficiencia de la gestión pública e incrementar la participación ciudadana.

2.2 El Portal Ciudadano Holguín

Una vez implementadas las directrices nacionales del Programa Nacional de Gobierno Electrónico, a mediados de 2018 la Asamblea Provincial del Poder Popular (APPPH) creó un grupo de trabajo para la concepción del Portal Ciudadano Holguín, siendo encargada la tarea a Alexander Rojas Rojas, jefe del Departamento de Comunicación del APPPH.

Según Rojas Rojas²², Como directrices fundamentales para el trabajo de diseño y desarrollo se tomó un como piedra angular la idea de que “el sitio debía crearse desde las ciencias de la comunicación”, pues “es, por naturaleza, una herramienta comunicativa entre el gobierno y los ciudadanos”; es por esto que “el trabajo fue llevado a cabo entre los desarrolladores de DESOFT y los creativos con su aporte desde la comunicación”.

²² Rojas Rojas, Alexander. Entrevista realizada el 28 de mayo de 2019.

En un primer momento se realizó un análisis de factibilidad de las plataformas activas, a partir de la matriz DAFO²³ que arrojó los siguientes resultados:

- **Fortalezas**

- Inauguran en Cuba un tipo de plataformas informáticas que, potencialmente, facilitan a las ciudadanías la interacción con el Gobierno y sus instituciones desde cualquier lugar, en cualquier momento y con cualquier dispositivo.
- Aunque hasta el presente el Portal del ciudadano se encuentra en la primera fase de implementación del Gobierno Electrónico (denominada Presencia) más adelante se agregarán otras funcionalidades vinculadas a la interacción, transformación y participación democrática del ciudadano en la toma de decisiones del país.
- Hacen posibles formas novedosas de comunicación, particularmente atractivas para los jóvenes y personas familiarizadas con las TICS, las cuales, bien aprovechadas, pueden impulsar la eficiencia y eficacia de la gestión de gobierno.
- Dan pasos hacia el objetivo de promover redes y procesos de circulación e intercambio de ideas con vistas a robustecer la sociedad civil e impulsar iniciativas que tributen al desarrollo local.
- A su modo, reflejan las características de los territorios y la relación con sus Gobiernos a partir de la personalización de sus contenidos e imagen visual. En tal dirección, incluyen secciones utilitarias, informativas, de facilitación social, foros de discusión y encuestas sobre problemáticas locales, etc.

- **Debilidades**

- Existe un problema global de identidad en la concepción de los Portales del Ciudadano que afecta su credibilidad, ya que carecen de un diseño y arquitectura en común que afiance y cohesione una personalidad de

²³ DAFO, acrónimo de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades.

marca nacional que, a su vez, abra espacio a las singularidades territoriales.

- Predomina un concepto de los sitios como repositorio o compendio informativo sin establecer las debidas jerarquías entre los contenidos y secciones que deben caracterizar su perfil editorial y garantizar sus funciones esenciales de cara al ciudadano.
- Baja frecuencia de actualización de sus contenidos propios y escasa interacción con sus usuarios-ciudadanos.
- Empleo deliberado de imágenes y otros recursos retóricos (íconos, banners, textos, efectos de transiciones) desprovistos de la debida correlación, intencionalidad y eficacia comunicativa. Además de no estar optimizados para permitir la navegación fluida por el sitio.
- En casi la totalidad de los sitios, la experiencia de usuario está limitada por una maquetación de escaso rendimiento visual y no autoajustable a dispositivos móviles (*responsive*).
- Falta la necesaria integración con redes sociales y espacios de alta interacción para el usuario-ciudadano. (APPPH, 2018)

El equipo de DESOFT desarrollaría la plataforma, a partir de una plantilla y usando *Joomla* como *CMS*, se enfocaron a trabajar sobre los resultados del diagnóstico de referentes realizado por el equipo de diseño:

- Información no estructurada de forma coherente y orientadora.
- No interacción a través de las redes sociales.
- Se prescinde del buscador.
- No jerarquización de contenidos en portada.
- Fotos y efectos de transiciones no optimizados.
- Maquetación de bajo rendimiento visual.
- Identidad visual no se corresponde formal y conceptualmente con los principios y objetivos de comunicación identificados. (APPPH, 2018)

Analizados los principales referentes nacionales (Pinar del Río, Granma, Santiago) e internacionales (México, España, Estados Unidos, Brasil) los siguientes principios a tener en cuenta para el desarrollo del Portal del Ciudadano de Holguín:

- Sitio optimizado, desde su diseño, arquitectura y programación para operar eficazmente como una plataforma de interacción con los ciudadanos, que esté preparado para asumir las diversas funcionalidades previstas en las etapas venideras del Gobierno Electrónico.
- Identidad y personalidad propias, capaz de posicionarse entre los ciudadanos locales y nacionales.
- El diseño de una interfaz gráfica de alto impacto visual e intencionalidad, capaz al mismo tiempo, de agilizar la navegación por el sitio.
- Arquitectura de la información jerarquizada en función del perfil editorial y las demandas más frecuentes del usuario local.
- La inmediatez en la actualización de los contenidos y la información publicada, así como la capacidad de interacción-respuesta con los usuarios.
- Las facilidades de navegación y maquetación autoajustable o *responsive* para dispositivos móviles.
- Incluir hipervínculos con las páginas del gobierno en las redes sociales y otros espacios de interés e interacción para el ciudadano holguinero.

Es preciso destacar el esfuerzo del grupo de trabajo por priorizar el rendimiento comunicativo del Portal, lo que en la práctica se hizo complicado pues como explica Adrián Fernández Cuba²⁴, uno de los diseñadores, “muchas veces conceptualizábamos determinadas herramientas o recursos y al socializar la idea con el equipo de desarrolladores, encontrábamos la negativa o el desconocimiento, o simplemente que la plantilla no era compatible” (2019).

Encontraban ante sí el eterno dilema entre Diseño vs. Código, una especie de paradoja de “el huevo o la gallina”. Rojas Rojas afirma que “era preciso entender que todos los especialistas hablan desde su área de conocimientos, por lo que se hizo imprescindible

²⁴ Fernández Cuba, Adrián. Entrevista realizada el 3 de junio de 2019.

encontrar la forma de llegar a un consenso, una mediación” (2019). La incorporación al equipo de la webmaster del semanario ¡Ahora!, Yeni Nogueira, resultó en “ese punto medio entre comunicación y programación que se necesitaba para la consecución del Portal” (2019).

Luego de semanas de trabajo, finalmente el 23 de diciembre de 2018, el presidente de la APPPH, Julio Cesar Estupiñán Torres lanza oficialmente el Portal Ciudadano Holguín, esta forma novedosa de comunicación que pretende:

a partir de la explotación de las TICS, pretende empoderar a los ciudadanos para ejercer sus derechos de un modo más eficaz, crear un flujo de interacción-participación más activo y sistemático entre los ciudadanos y sus poderes representativos, y abrir puertas para que todos podamos resolver de forma expedita diversas necesidades y requerimientos, entre otras ilimitadas potencialidades (APPPH, 2018).

Luis Ernesto Ruiz Martínez, profesor de la Universidad de Holguín y *community manager* de la página oficial en Facebook, entiende que estas plataformas son,

“Además de una herramienta para acercar públicos, puede ser un espacio vital para el diálogo entre el ciudadano y las administraciones de diferentes organismos y empresas de un territorio. Bien aprovechado, permite al ciudadano canalizar inquietudes, quejas y críticas sobre servicios que recibe” (2019)²⁵.

Por su parte, Carlos Parra Zaldívar, también *community manager* –del perfil en Twitter– afirma que también “constituye una herramienta de trabajo para la gestión gubernamental, facilita una interacción más rápida y eficiente entre ciudadanos y gobierno, facilita la circulación de la información desde el gobierno al ciudadano” (2019)²⁶.

²⁵ Ruiz Martínez, Luis Ernesto. Entrevista realizada el 3 de junio de 2019.

²⁶ Parra Zaldívar, Carlos. Entrevista realizada el 2 de junio de 2019.

Gabriela Fernández, periodista y coordinadora de la Cátedra de Nuevas Tecnologías del Instituto Internacional de Periodismo José Martí, agrega que “comunicar en tiempos de hipermedialidad no tiene el sentido unidireccional que unas décadas atrás. Comunicar es contar, facilitar, decir, pero también es moderar una gran conversación en la que no siempre somos emisores” (2019).²⁷

Es también por eso que el Portal Ciudadano es “una oportunidad para intercambiar con autoridades a diferentes niveles. Las potencialidades que brinda la web 2.0 confluyen en esta experiencia y no solo como escenario digital, sino como complemento a lo que debe ser una plataforma real para el ejercicio del gobierno” (Ruiz Martínez, 2019).

El Portal Ciudadano es administrado por el Departamento de Comunicación de la APPPH, quienes sin tener una estructura formal o la formación profesional se han encargado de gestionar el funcionamiento del sitio;

“El personal de Desoft nos dio, por contrato, 3 meses de mantenimiento al sitio con un webmaster, quien capacitó, de manera informal al *staff* en el manejo básico del *CMS* para efectuar las tareas de publicar y actualizar los contenidos y moderar comentarios” (Rojas Rojas, 2019).

El *staff* del Portal Ciudadano se compone de 6 personas, quienes trabajan dentro del Departamento de Comunicación, a excepción de los *community managers*:

- Jefe del Portal Ciudadano/Gestor de Contenidos.
- Gestor/Productor de Contenidos/Moderador
- Dos Moderadores
- Dos Community Managers.

Según Ruiz Martínez (2019), entre las principales oportunidades de la versión holguinera, se encuentra la existencia de un sistema de comunicación, con sus aciertos y desaciertos, que involucra a la mayoría de los sectores de la sociedad;

²⁷ Fernández, Gabriela. Entrevista realizada el 2 de junio de 2019.

“Disponer de ese equipo de comunicadores debe implicar una participación directa. Sin embargo, la preparación de ese equipo es insuficiente. Este tema, unido a no contar con un equipo en la APPP para la gestión integral del Portal Ciudadano impone no pocos retos a su desarrollo. Asumir su actividad desde la condición de colaboradores puede dar soluciones temporales que, a largo plazo, pueden ser poco eficientes” (Ruiz Martínez, 2019).

De forma similar, Parra Zaldívar alude que,

“a pesar de que esta plataforma posee muchas potencialidades como conocer por parte del gobierno las inquietudes y preocupaciones del ciudadano, facilitar la solución de los problemas de una manera más inmediata y organizar el trabajo del gobierno de una manera más eficiente” (2019).

También declara que tiene debilidades, pues “al no contar con un equipo de profesionales que mantenga la gestión del portal, la organización de la gestión de los comentarios de los ciudadanos se puede ver afectada, sumado al hecho de que no todos los organismos ofrecen las respuestas en el menor tiempo posible” (Parra, 2019).

Desde el punto de vista material, el equipo posee los medios adecuados para cumplir su tarea, pues en la oficina disponen de tres computadoras con conexión a internet (banda ancha, velocidades superiores a los 5Mbps) y tanto como los gestores de contenido, como los *community managers* disponen de *smartphones* corporativos con acceso a internet por datos.

Sin embargo, Rojas Rojas asegura que una vez vencido el plazo, DESOFT solo brinda soporte técnico al Portal, y cualquier otra relación es de carácter informal por lo que “carecen de un webmaster a tiempo completo que no solo de mantenimiento al sitio, sino que gestione cuestiones fundamentales como posicionamiento. Afortunadamente, ya tenemos disponible una plaza para webmaster a la espera de poder contratar a alguien” (2019).

El Portal Ciudadano Holguín se compone de varias secciones entre ellas 5 fundamentales:

- **La página de inicio o Home.** Es lo primero que ve el usuario al entrar. Se compone de un carrusel con varias noticias tanto utilitarias como promocionales del territorio holguinero; un apartado referido a las logros sociales y científicos de la Revolución (Mis Conquistas); la sección Noticias, donde se informa a la población sobre determinados acontecimientos; y en la última pantalla una encuesta de satisfacción sobre el Portal, sitios de interés recomendados y el contacto con el staff.
- **Ciudadanía.** La sección permite acceder a información de notable valía para el conocimiento de sus derechos y deberes. Se compone de 4 apartados, Deberes y derechos; Documentos legales; Cursos y Talleres; y Concursos y convocatorias.
- **Gobierno.** Brinda información sobre la composición del Gobierno Provincial, los Programas de Trabajo y Asistencia Social; y permite descargar en formato PDF los números de la revista Holguín.
- **Trámites.** Provee de información utilitaria sobre los trámites con distintos organismos e instituciones estatales, así como las formas de contactar.
- **Servicios.** Se ofrece información sobre los principales servicios que a diario los ciudadanos del territorio reciben. Se ofrecen datos sobre las ofertas, facilidades y respuestas a interrogantes comunes, así como los contactos.
- **Diálogo.** Es el punto fuerte del Portal y la sección más usada, aquí el usuario/ciudadano tiene la posibilidad de articular su opinión a través del módulo de comentarios, el Foro debate, las Encuestas o de manera más personal y/o confidencial, enviando un correo directamente al staff.

El Gobierno electrónico es la primera etapa de un proceso complejo y costoso, demanda infraestructuras de comunicación eficientes, de la gestión del gobierno, para luego llegar al Gobierno Abierto, que “es una etapa superior en la gestión gubernamental, donde el centro de atención es el ciudadano, en la que el gobierno ofrece de manera transparente información al ciudadano sobre su gestión” (Parra, 2019).

Sobre esto Ruiz Martínez explica que:

“hay muchas potencialidades que, para conseguir mejores resultados, hemos de quitarnos la visión de simples páginas webs en los Portales Ciudadanos. Deben ser plataformas integrales de debate, donde las inquietudes del ciudadano no se reduzcan a comentarios y respuestas, sino a un debate y diálogo permanente entre este y las autoridades, donde todos tengan la oportunidad de construir y conducir el gobierno” (2019).

El empoderamiento al ciudadano tiene que ser la esencia en la gestión de los gobiernos, pues “es vital ofrecer información en formatos digitales bajo estándares abiertos, los cuales pueda descargar sin limitaciones tecnológicas. Es una excelente oportunidad que permitirá perfeccionar la gestión gubernamental”.

Por su parte Gabriela Fernández defiende que “la participación tiene que ser una variable a tomar en cuenta en cualquier estrategia de gobierno electrónico hoy”. En la sociedad actual no solamente es preciso que se genere a partir de las vías tradicionales, sino que es cardinal que “si ya es parte activa de productos comunicativos de medios de prensa, aún más imperativo es fomentarla en cuestiones de gobierno y ciudadanía” (2019).

En resumen, el Portal dispone de los recursos técnicos para su adecuado funcionamiento, sin embargo, la estructura del staff, carece recursos humanos especializados tanto en lógicas web y el mantenimiento del sitio; así como especialistas capacitados en la gestión de contenidos que promuevan la participación a través de la interacción, más allá de los comentarios en la sección Diálogo.

Contenidos que tienen que estar concebidos desde una noción holística y metódica de la plataforma empleada: generar una experiencia integrada desde cada herramienta y recurso disponible e intentar estimular, sistemáticamente, el debate necesario para cada circunstancia.

2.3 El empleo de los recursos interactivos en el Portal Ciudadano de Holguín

Para evaluar el empleo de los recursos interactivos en el Portal Ciudadano de Holguín se procedió a estructurar una guía de observación científica a partir del enfoque de Hilda Saladrigas (2002), que permitió apreciar el fenómeno de la interactividad en su

contexto, y recopilar la información directa de primera mano, si interferencias ni mediaciones.

La investigación se centra en la caracterización para la evaluación del empleo de los recursos interactivos y la presencia de dicha variable que sirve de ente regulador en lo que se gesta como una de las fases del gobierno electrónico en nuestro país, teniendo en cuenta la génesis comunicativa de la investigación a partir de una perspectiva epistémica, que toma como base de estudio los distintos elementos visuales y contenidos que conforman el portal ciudadano holguinero.

La problemática fundamental a solucionar con la utilización del presente método muestra como interrogante ¿Cómo se manifiesta el empleo de los recursos interactivos hipermedia en el Portal Ciudadano Holguín a partir de las categorías que conforman la dinámica de producción de ese sitio web?

Revelar las características y particularidades de los recursos interactivos del Portal Ciudadano holguinero a partir de las categorías que conforman la dinámica de producción del sitio web.

Se precisa identificar las variables latentes al objeto de estudio definido y adoptar un concepto preciso de las mismas. Las variables destinadas a ejemplificar el rigor de las categorías reflejan una correspondencia lógica en la aplicación de sus objetivos como es el caso particular de la investigación de periodismo hipermedia y los recursos interactivos hipermedia.

Para la guía de observación se tuvieron en cuenta un total de 60 días, seleccionados de forma aleatoria, con varias visitas en cada jornada, durante cuatro meses. La muestra fue intencional en cuanto al periodo temporal, pues la investigación analiza los casos determinados por acontecimientos de gran envergadura, celebraciones, así como eventualidades de la provincia.

Categorías a analizar: criterios de usabilidad con las correspondientes subcategorías: el diseño y contenidos web, así como la navegación; igualmente, los recursos interactivos, y dentro de ellos, la interacción usuario- contenidos, interacción usuario-portal/usuario-portal-usuario; y la interacción con las redes sociales.

Para la consecución de las tareas de investigación se aplicó un diagnóstico de comunicación al Portal Ciudadano tomando como referente fundamental el Modelo de Diagnóstico de Comunicación Organizacional de Gerald Goldhaber²⁸, aprovechando su versatilidad y su enfoque en la investigación descriptiva, así como su metodología instrumental, que incluye la observación científica y las entrevistas a informantes clave.

En aras de una mayor profundización sobre la interactividad a través de los recursos interactivos hipermedia en el Portal Ciudadano Holguín, el presente estudio aplicó la observación científica, para la selección cuyas categorías se tomó como referentes a Nielsen (1994, 2002), por su método heurístico, a Hassan y Martín (2003) por los indicadores propuestos en su guía heurística para la evaluación; así como a Rost (2006), Diz Garcés (2011) y Recio (2003) por su trabajo sobre la interactividad y los recursos interactivos hipermedia en los medios de comunicación *online*.

Dentro de la variable Criterios de Usabilidad, se analizaron los contenidos web atendiendo a 4 categorías: la estructura de los contenidos, el etiquetado de las secciones y apartados, la consistencia lingüística, la legibilidad y el tamaño de los contenidos.

Según el investigador uruguayo y especialista en TICs y Gobierno Electronico, Mauro D. Ríos “si hay algo que la Administración Pública no puede sopesar a la hora de su relacionamiento con los ciudadanos, es la tecnología por la tecnología misma” (2019).

Para Ríos (2019) “las debilidades de las plataformas virtuales pasan por dos tipos”:

- 1) básicamente la mala usabilidad, y esto dependerá de cada una, en su mayoría son desarrolladas desde el punto técnico para ser muy solventes, pero de espaldas al usuario “ciudadano”, las plataformas de interacción suelen ser apropiadas para generaciones avezadas con la tecnología o al menos para usuarios habituales o recurrentes de los entornos digitales, pero cuando un Gobierno piensa en el ciudadano, primero debe pensar en la heterogeneidad y segundo en los menos solventes con las tecnologías. Este ejercicio no se hace casi nunca.

²⁸ En Trelles, Irene (2001).

- 2) las obvias debilidades técnicas desde lo funcional, fallas o carencias. Un ejercicio que no suele hacerse es contraponer las necesidades que tengo para una plataforma y las prestaciones de la propia plataforma. Dicho de otra forma, una plataforma puede ser capaz de reconocer y clasificar zanahorias para diseñar una dieta hipocalórica para personas desnutridas, a través de una conversación basada en inteligencia artificial con un ciudadano desde una página web. Ahora bien, ¿es una funcionalidad que se necesite?, ¿está requerida? En este simbolismo pretendo demostrar que la elección de las plataformas virtuales debe ajustarse a las necesidades, a los requisitos y evaluarse como tales (2019).

En el caso del Portal Ciudadano Holguín estructura sus contenidos de acuerdo a los estándares de la web contemporánea: posee una página de inicio o *Home Page*, en el que dispone de una sección informativa localizada no en la primera pantalla (donde se muestra el *header*, el menú, un carrusel con imágenes y titulares)

El carrusel de imágenes y titulares, es visualmente atractivo, pero ocupa toda la pantalla, y la sección de Noticias queda sino más abajo, después de la sección “Mis Conquistas”, donde se muestran los logros alcanzados por la Revolución en materia de políticas públicas y sociales.

Dentro de la sección Noticias, los textos publicados (notas informativas) poseen su encabezado (Titular), y están estructurados en párrafos sin que se hayan detectado anomalías en cuanto al formato y la composición de los artículos publicados.

En cuanto al rotulado de las secciones y apartados, el Portal, se acoge a nombres resolutivos para una fácil comprensión y favorecer la navegación dentro del sitio. Las secciones son Mis Conquistas, Gobierno, Trámites, Servicios, Diálogo; igualmente, es adecuado el titulado de otros apartados como Noticias o Fotorreportajes.

Sin embargo, en distintas secciones (Servicios, Gobierno, Diálogo) se apreció una mala optimización del tamaño de los distintos componentes visuales lo que deja muchas zonas en blanco, que pudiesen ser aprovechadas para colocar determinados contenidos que queden fuera de pantalla.

Dejar zonas en blanco para que el usuario descansa la vista, no es desatinado, todo lo contrario, pero es necesario tener en mente que para muchos usuarios lo que se ve en pantalla es lo único que existe, por tanto, la adecuada jerarquización de los contenidos se hace indispensable, sobre todo en una plataforma de un carácter netamente utilitario como lo es el Portal Ciudadano Holguín.

Otro de los indicadores medidos fue el diseño web del Portal, divididos en 4 categorías: la consistencia de la identidad visual en el diseño, si es o no adaptativo el diseño, la compatibilidad entre los distintos navegadores y el uso de componentes gráficos.

La identidad visual del portal está presente a lo largo de toda la experiencia de navegación del usuario, pues el logotipo, los colores institucionales del Portal, así como el icono del sitio, son fácilmente identificables, lo que sin dudas ayuda a identificarse con el sitio.

Las secciones son identificables como parte de un todo (el Portal), aunque, es preciso destacar que con regularidad el único elemento diferenciador es el nombre de la sección; lo que evidencia la necesidad de otros componentes que articulen de manera más intuitiva su objeto, por ejemplo, una imagen o un icono que referencie.

El sitio utiliza una plantilla que no tiene desarrollado el diseño adaptativo o responsivo, lo que dificulta en gran medida la visualización de los contenidos, la interacción y en general, la experiencia del usuario que accede desde dispositivos móviles como *smartphones* o *tablets*.

Esta debilidad repercute enormemente pues de acuerdo con las analíticas del Portal, aproximadamente el 41% de los usuarios se conectan a través de dispositivos móviles (35,92% Android, 5,93% iOS); quedando el resto –la mayoría- a través de PC (54,19% Windows, 2,99% Linux).

Esta situación incumple con uno de los principios del Portal que es la portabilidad del sitio, y el énfasis en los dispositivos móviles pues “es los más asequible para conectarse a las redes, muchísimas personas disponen solo de un celular y no de una computadora”, asegura Fernández Cuba (2019).

No obstante, esta dificultad ha sido tenida en cuenta y ya se está desarrollando una solución por parte de un equipo de desarrolladores de la empresa DESOFT de Holguín.

Adicionalmente fue analizada la compatibilidad del Portal con distintos navegadores, específicamente con 5: el *Mozilla Firefox*, el *Google Chrome*, el *Opera*, el *Internet Explorer* y el *Microsoft Edge*. De estos Firefox se reveló como el más usado con 3669 usuarios, para un 48,80%; seguido de Chrome con 1938 usuarios, y un 25.83%; en tercer lugar Internet Explorer con 132 usuarios, 1,76% y el último el Opera con 78 usuarios y un 1,04%. En el apartado móvil, el navegador Android WebView, resultó ser el más usado con 909 usuarios y un 12,12%, seguido de iOS Safari 557 usuarios y un 6,2%.

Siendo el Firefox, probablemente el navegador más usado en Cuba, pues viene incorporado en la versión cubana del *Total Commander*²⁹, se tomó como punto de referencia para comprobar la correcta visualización de los contenidos.

Al acceder a los sitios no se encontró ninguna anomalía en la visualización de los contenidos, solamente la diferencia en el tiempo de carga, consiguiendo el Google Chrome el menor tiempo con 9,32 segundos, seguido por Safari (*in-app*) 9,46, Safari (14,65), Firefox (14,74), Android WebView (16,24) e Internet Explorer (18,62).

Estos tiempos de acceso son extremadamente lentos de acuerdo a los estándares internacionales, por tanto el investigador se limitó solo a comprobar los tiempos sin tenerlos en cuenta para otros criterios, pues las condiciones tecnológicas de la prueba no fueron idóneas.

En cuanto a componentes gráficos, el Portal hace un conveniente de imágenes y animaciones, lo que se traduce en una correcta velocidad de carga, aunque las imágenes empleadas en los carruseles, tienen una resolución demasiado baja para el tamaño del *frame*.

²⁹ **Total Commander** es un gestor de archivos ortodoxo para Windows, Windows Mobile, y Android. En Cuba es muy popular debido a que un equipo desarrollador del país, Binary Fall Team, compila una versión no licenciada que es distribuida informalmente a lo largo del país.

Es necesario señalar, que en algunas secciones (p.e, Gobierno o Servicios) al hacer *scroll* el logotipo, por su tamaño, oculta parte de los contenidos. Una situación similar ocurre con barra que contiene todos los servicios y entidades gubernamentales que, al desplazar la página tapa elementos en 2do plano. Esta situación empeora cuando se accede al sitio a través de un dispositivo móvil, pues algunos componentes gráficos ocultan contenido y dificulta la experiencia de usuario.

El último apartado analizado dentro de los criterios de Usabilidad fue la navegación dentro del portal, dividida en dos indicadores: las posibilidades de control por el usuario y las opciones de navegación disponibles.

En el *Home* del Portal, está claramente identificado la barra de menú con los links de las secciones principales: Ciudadanía, Gobierno, Trámites, Servicios y Diálogo. Así mismo los enlaces a los distintos perfiles de redes sociales y el apartado de los Fotorreportajes. Se apreció que la sección Noticias no tiene *link* en la barra de menú, probablemente por situarse en la página de inicio, lo que dificulta su acceso desde otras secciones (habría que retroceder hasta el *Home* y hacer scroll hasta esta).

Al acceder a cualquier sección se puede apreciar un *breadcrumb*³⁰ en el que se puede dar clic para retroceder hacia las páginas anteriores, elemento de navegación estándar, pero igualmente necesario. Igualmente, en todo momento está disponible la opción de hacer clic en el logotipo del Portal, para regresar al *Home*.

En general, el Portal presenta elementos de navegación de carácter estándar lo que no afecta a la navegación por el sitio, ni impacta en la experiencia de usuario.

Como el objetivo fundamental de esta investigación es analizar la interactividad en el Portal Ciudadano Holguín, la siguiente variable examinada fue el uso de Recursos Interactivos hipermedia, que se dividió en tres categorías: la interacción usuario-contenidos, la interacción usuario-portal/usuario-portal-usuario y la interacción con redes sociales.

³⁰ Literalmente, migas de pan, es un elemento de navegación que permite al usuario conocer su localización.

En la categoría Interacción usuario-contenidos se analizaron las posibilidades que ofrece el Portal Ciudadano para que los usuarios interactúen con los contenidos mostrados. Una práctica común en muchos sitios, es recomendar a los usuarios incluir enlaces a otros sitios, algunas veces por pertenecer a la misma organización, u otras como en este caso (un sitio gubernamental) a medios de comunicación.

Una de estas es la presencia en el *footer* (la parte inferior de la página) de los sitios de interés para el usuario/ciudadano, en este caso: el sitio oficial del Parlamento cubano y la Gaceta Oficial; y medios digitales, locales y nacionales, como ahora.cu, radionangulo.cu, granma.cu.

A medida que avanza el tiempo, lo normal es que un sitio web crezca al producir cada vez más información, lo que implica que toda la información anterior sea desplazada en muy poco tiempo de lo visible en pantalla. Esta situación hace vital el empleo de herramienta como los buscadores internos. En el caso del Portal Ciudadano Holguín, este se encuentra fácilmente accesible en la barra de menú, el icono de la lupa en la esquina superior izquierda.

No solo los buscadores del sitio son precisos, en el caso de esta plataforma se incluyó adicionalmente –de acuerdo a lo estándar de la web- una galería donde se recogen todos los recursos multimedia publicados.

Para mejorar la navegación en el Portal se incluyó de igual manera en la barra de menú, con el icono de una cámara fotográfica. Dentro no solo están los Fotorreportajes, sino también, un apartado para las infografías y los videos subidos.

El portal ofrece la posibilidad de que los usuarios voten (de 0 a 5 estrellas) que tanto les gustó el contenido, lo que idealmente funciona para posicionar los contenidos. Esta opción está disponible a lo largo de las secciones, sin limitarse a los artículos y contenidos multimedia publicados.

Una de las posibilidades más interesantes que brindan muchas de las plataformas de redes sociales, es la posibilidad de enlaces embebidos para reproducir contenidos directamente en la página, sin tener que salir para el sitio original.

En el caso del portal existe una sección de Videos que, aunque no tiene un *link* directo, se puede acceder desde el icono de Fotorreportajes. Los videos presentes no son embebidos, por tanto, son reproducidos desde el mismo sitio, lo que impacta en la velocidad de carga de la página. Por último, ninguno de los artículos publicados presenta otro recurso multimedia más allá de fotografías.

La segunda categoría observada –no obstante, la de mayor peso- fueron las posibilidades de interacción usuario-portal/usuario-portal-usuario, donde se analizó la presencia y el uso de distintos recursos y herramientas que permiten este tipo de interacciones dentro del Portal.

El punto fuerte del Portal Ciudadano Holguín, desde su lanzamiento siempre fue su sección Dialogo. Sección que, sin dudas, es la segunda más visitada (por detrás de la página de inicio). La importancia de esta página, viene estrechamente ligado a su nombre y a su función, pues es donde se genera el mayor volumen de interacción dentro del Portal.

Los comentarios no son la herramienta integrada en el Portal con más alcance, pero si la más utilizada en la plataforma con más de 2500 interacciones entre los usuarios/ciudadanos y los distintos organismos. Usuarios que se acercan fundamentalmente para expresar opiniones, quejas, sugerencias, o incluso agradecimientos luego de una rápida gestión; y sirven como una herramienta verdaderamente efectiva para encaminar recursos.

Un recurso –los comentarios- que, y de acuerdo con las experiencias del investigador y las entrevistas a miembros del staff, se revela como el centro de la rutina productiva del Portal. Esta situación es comprensible pues, esta herramienta además de eficaz, representa una vía de comunicación directa con los principales organismos y empresas.

Según Alexander Rojas Rojas, “la empresa DESOFT se encuentra desarrollando un nuevo módulo de comentarios que permitirá facilitar la gestión de los comentarios de los usuarios y canalizar mejor la solución a los distintos planteamientos” (2019).³¹

Un vínculo fundamental y un importante elemento de retroalimentación en las plataformas web, es el apartado de “Contactos”³² del staff o información sobre la institución que representa.

Específicamente en el Portal Ciudadano Holguín, existe una vía de contacto directo con la administración del sitio, la opción “Enviar Correo” ubicada dentro de la sección “Diálogo”. A través de su correo electrónico, los usuarios pueden enviar observaciones sobre algún tema en particular que requiera la confidencialidad entre estos y la administración.

Es necesario especificar que, si bien existe esta opción, no aparecen otras informaciones necesarias organizadas en un apartado de Contacto, donde aparezca la dirección de la institución, números de teléfono disponibles, correo electrónico, etc. Todo esto aparece en la sección Gobierno, pero sin ningún elemento diferenciador o que haga destacar tan importante información de contacto, no cumpliendo con una práctica estándar dentro de la mayor parte de los sitios web.

Igualmente, no existe para el usuario posibilidad directa (p.e, un correo electrónico del webmaster o del autor de un contenido) de contactar con algún miembro del staff, ante cualquier eventualidad, por ejemplo, de carácter técnico. En algunas webs es posible incluso encontrarse publicadas las direcciones de correo electrónicas de los miembros del staff.

Los foros son un instrumento muy utilizado en las redes, pues a pesar de que existen redes sociales, mensajería instantánea, etc.; mantienen su vigencia como un espacio de debate, exposición y socialización de información.

³¹ Rojas Rojas, Alexander. Entrevista realizada el 28 de mayo de 2019.

³² Puede aparecer también como “¿Quiénes somos?”, “Contáctenos” o similar.

Carlos Parra Zaldívar³³, expresa que “los foros son muy útiles para evaluar la opinión de los ciudadanos relacionados con algún tema importante que atañe al ciudadano o que preocupe al gobierno.

Por su parte, Luis Ernesto Ruiz Martínez³⁴, explica que “el foro puede ser un complemento importante a los contenidos e interacciones que se generan en el Portal y de la interacción que producida entre autoridades y ciudadanos, tanto en el sitio como en las cuentas de redes sociales”.

Sobre todo, si “el foro es concebido a través de una convocatoria hacia una temática predeterminada, puede ser un espacio que conecte en pos de dialogar y buscar soluciones comunes a problemas del territorio” (Ruiz Martínez, 2019).

La plantilla del Portal Ciudadano tiene habilitado un foro, pero no se ha usado en momento alguno, al respecto Alexander Rojas Rojas revela que “a pesar de ser una herramienta muy acertada no tienen el personal especializado para encargarse de su funcionamiento, pues la moderación requiere de tiempo y conocimientos del módulo” (Rojas Rojas, 2019).

Otra de las opciones implementadas en el sitio son las encuestas, una opción que “aunque no se explota lo suficiente, ofrece una información específica de un sector más leal a Portal”, declara Ruiz Martínez (2019).

Desde el lanzamiento del sitio se ha aplicado una sola encuesta (de satisfacción) lo que ha podido medir lo acertado o no de determinados conceptos manejados. En la pregunta “¿Cómo evalúa usted esta herramienta de participación ciudadana?”, el 74% (523 votos) votó Muy positiva, Positiva el 16% (113 votos); Medio positiva el 4% (28 votos); y poco positiva el 5% (41 votos).

En la interrogante “La utilidad de la información que se ofrece la valora”, el 51% (306 votos) la valoró de Muy alta; el 23% (141 votos) de Alta; el 15% (90 votos) de Media;

³³ Parra Zaldívar, Carlos. Entrevista realizada el 2 de junio de 2019.

³⁴ Ruiz Martínez, Luis Ernesto. Entrevista realizada el 3 de junio de 2019.

el 5% (33 votos) de Baja; y el 5% (31 votos) de Muy Baja. En la pregunta “A su juicio, nuestra prioridad de trabajo con el portal debería enfocarse en”, el 69% (438 votos) marcó que la gestión de información utilitaria; el 18% (113 votos) la publicación de foros y encuestas ciudadanas; el 3% (22 votos) Mejorar el diseño y visualidad del sitio; el 6% (38 votos) optimizar la velocidad de carga; y el 3% (20 votos) mejorar las facilidades de navegación.

Estos resultados reflejan que –aunque no es una muestra representativa- el Portal Ciudadano es una opción que ha sido acogida con gran satisfacción dentro de la ciudadanía holguinera.

Por su parte Parra Zaldívar (2019) coincide con lo anterior y afirma que “las encuestas pueden favorecer la interacción y ofrecer elementos estadísticos o tendencias sobre algún tema importante, así como facilitar información estadística y permite articular acciones en función de los resultados obtenidos”.

Los chats internos también son herramientas implementadas en diversas plataformas web. Según Adrián Fernández Cuba³⁵, uno de los creativos del proyecto del Portal Ciudadano Holguín, explica que “a pesar de que hubo intención de incluir un módulo de chat para el sitio, hubo que cancelar por problemas de seguridad informática y conflictos con el *hosting* del sitio” y agrega que “hubiese sido una muy buena forma de comunicación instantánea dentro del Portal” (Fernández Cuba, 2019).

La última categoría observada fue la interacción del Portal con las redes sociales donde se aprecia su integración con estas plataformas y las posibilidades de los usuarios para compartir contenidos en ellas.

El Portal Ciudadano Holguín está presente en redes sociales, pues posee una página institucional homónima en Facebook, una cuenta en Twitter -@HolguínConTodos- y un canal de YouTube.

³⁵ Fernández Cuba, Adrián. Entrevista realizada el 3 de junio de 2019.

La página en Facebook (Portal Ciudadano Holguín) posee 1220 seguidores y 1188 “Me gusta”³⁶. La cuenta en Twitter (175 seguidores³⁷) está enlazada con Facebook, lo que posibilita una mejor integración de los contenidos y facilita la tarea al *community manager*.

Según Gabriela Fernández³⁸ en estos tiempos el intercambio no se puede restringir a un sitio web de gobierno electrónico:

“...No siempre se puede esperar a que la gente decida abrir un navegador, solo disponiendo de una dirección web (o *googleando*) para hacerle sentir que puede resolver un problema o conocer algo más sobre su ciudad, pueblo o país. Si la prensa y la publicidad están volcadas en las redes sociales hace años, los gobiernos deben también” (2019).

De igual manera fue incluida una vista previa de la página de Facebook en el *Home*, donde los usuarios pueden revisar los últimos post publicados y reaccionar desde el Portal. No se encontraron herramientas similares para Twitter. También fueron incluidos los importantes botones de “Me Gusta” y “Compartir”, que permiten, a la distancia de pocos clics, aumentar el alcance de los contenidos del Portal a través de las redes sociales.

Dicho esto, considérese que gobierno electrónico va más allá del tecnicismo de “la tecnología por la tecnología”: “es integrarse en los espacios online donde ya pueda estar la ciudadanía e incluso, habilitar espacios en el mundo real que aludan a otros en el mundo virtual: carteles, sitios para *selfies*, códigos QR, *hashtags* en el transporte o lugares públicos, etc.” (Fernández, 2019)

La experiencia del gobierno electrónico en Holguín si bien corta, tiene un futuro formidable, pues todos los recursos –tecnológicos y humanos- disponibles y los que pueden ser incorporados, lo dotan de un futuro prometedor como un vehículo hacia una gobernabilidad más efectiva.

³⁶ Verificado el 3 de junio de 2019 a las 22.00 horas.

³⁷ Verificado el 3 de junio de 2019 a las 23.00 horas.

³⁸ Fernández, Gabriela. Entrevista realizada el 2 de junio de 2019.

2.4 Instrumento para la evaluación de interactividad y usabilidad en el Portal Ciudadano Holguín

La necesidad de sistematizar la evaluación al rendimiento del sitio, en cuanto a sus posibilidades de interacción y usabilidad, requiere de un instrumento flexible y adecuado, que permita normalizar los controles a toda la actividad de los usuarios en el Portal.

Para ello, se considera la Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web, de Hassan y Martín como un referente adecuado a las necesidades del Portal, tras comprobarse la ausencia de instrumentos específicos para esta tarea.

La propuesta original contiene un grupo de criterios en calidad de dimensiones e indicadores que facilitan la labor de evaluación, sin embargo, fueron reajustadas por el investigador en correspondencia con el contexto local, a fin de facilitar su aplicación de manera efectiva.

El instrumento, formulado como una lista de chequeo, contiene nueve criterios principales con sus correspondientes dimensiones, para ser ponderadas en cuanto a su pertinencia en tres valores, Alta, Media y Baja; de manera que la cuantía permita advertir el rendimiento del sitio frente a la actividad de los usuarios en el Portal.

LISTA DE CHEQUEO

Glosario descriptivo

1. Generales

- a. Correspondencia contenidos-objetivos: Mide la adecuación sistemática de los contenidos con los objetivos del sitio.
- b. Precisión de los contenidos: Califica el ajuste de los contenidos con la demanda de información de los usuarios.
- c. Diseño centrado en el usuario: Determina la mayor satisfacción y mejor experiencia de uso posible con el mínimo esfuerzo de parte del usuario.
- d. Sistemática de la actualización. Pondera la frecuencia con que se refrescan los contenidos.

2. Identidad Visual

- a. Rendimiento de los símbolos identitarios básicos: Examina la correlación de cada signo con su significación en contexto.
- b. Diseño de la página: Considera la imagen general de cada página en cuanto a sus atributos estéticos en relación con la funcionalidad.
- c. Promesa de beneficio del eslogan: Califica la observancia del enunciado semántico frente al ideal del usuario.

3. Redacción y edición

- a. Cultura lingüística: Aprecia el uso del idioma en una norma culta asequible y reconocida por los usuarios.
- b. Fuentes y referencias: Reconoce la legitimación de los contenidos mediante la declaración de fuentes creíbles e inclusión de las referencias necesarias.
- c. Claridad y concisión: Califica los contenidos de acuerdo a su eficacia lingüística.

4. Rotulado

- a. Estandarización del etiquetado: Pondera el uso de pautas universales reconocibles en el etiquetado.
- b. Funcionalidad: Evalúa la capacidad distintiva de cada rótulo.
- c. Titulación: Valora la precisión de los títulos de las páginas, secciones y apartados.

5. Estructura y navegación

- a. Señalética interna: Considera la inserción de todos los recursos visuales de orientación para el usuario.
- b. Navegabilidad: Evalúa la facilidad con la que el usuario puede desplazarse por todas las páginas que componen el Portal.
- c. Búsqueda interna: Examina la eficiencia del buscador interno del Portal.

6. Multimedialidad

- a. Diversidad de soportes: Pondera la heterogeneidad y balance en el uso de soportes.

- b. Articulación narrativa: Determina la integración de los soportes en pos del discurso.

7. Interactividad

- a. Interacción usuario-contenidos: Reconoce las posibilidades del Portal para que los usuarios interactúen con los contenidos.
- b. Interacción usuario-portal: Califica la presencia de distintos recursos y herramientas que permiten este tipo de interacciones dentro del Portal.
- c. Interacción con redes sociales: Examina la integración del Portal con plataformas de redes sociales y las posibilidades que tienen los usuarios de compartir contenidos en ellas.

8. Accesibilidad

- a. Legibilidad: Evalúa la posibilidad de lectura según el tamaño y tipo de fuente, y el contraste entre el color y el fondo.
- b. Responsividad y compatibilidad: Examina la adaptabilidad de la visualización de los contenidos y la compatibilidad entre navegadores.
- c. Velocidad de carga: Valora los tiempos de espera al acceso dentro del sitio.

9. Control y retroalimentación

- a. Información de contacto: Pondera la disponibilidad de datos de contacto: teléfonos, emails, dirección postal, entre otros.
- b. Previsibilidad: Determina la relación entre la acción del usuario y la respuesta del sitio.
- c. Protección de la confidencialidad: Valora la capacidad del sitio de proteger datos personales secundarios del usuario, como números telefónicos, direcciones u otros.

Lista de Chequeo

Criterios de Usabilidad	Pertinencia		
	Alta	Media	Baja
1. Generales			
a. Correspondencia contenidos-objetivos			
b. Precisión de los contenidos			
c. Orientación al usuario del diseño			
d. Sistemática de la actualización			
2. Identidad Visual			
a. Rendimiento de los símbolos identitarios básicos			
b. Diseño de la página			
c. Promesa de beneficio del eslogan			
3. Redacción y edición			
a. Cultura lingüística			
b. Fuentes y referencias			
c. Claridad y concisión			
4. Rotulado			
a. Estandarización del etiquetado			
b. Funcionalidad			
c. Titulación			
5. Estructura y navegación			
a. Señalética interna			
b. Navegabilidad			
c. Búsqueda interna			
6. Multimedialidad			
a. Articulación narrativa			



b. Diversidad de soportes			
7. Interactividad			
a. Interacción usuario-contenidos			
b. Interacción usuario-portal			
c. Integración con redes sociales			
8. Accesibilidad			
a. Legibilidad			
b. Responsividad y compatibilidad			
c. Velocidad de carga			
9. Control y retroalimentación			
a. Información de contacto			
b. Predictibilidad			
c. Protección de la confidencialidad			

CONCLUSIONES

- La evolución histórica del Periodismo Hipermedia, como expresión más contemporánea del ejercicio profesional periodístico, ha condicionado la transdisciplinariedad de los estudios de comunicación, interactuando de manera permanente con la evolución de las tecnologías de la comunicación y las ciencias que la acompañan. Por esta razón, los presupuestos teóricos que sustentan el Periodismo hipermedia sirvieron de basamento epistemológico para el estudio de un sitio de gobierno electrónico desde la perspectiva de los estudios en comunicación.
- Como una de las invariantes para la producción de contenidos para Internet, que se expresa tanto en sitios de carácter periodístico como en sitios de gobierno electrónico se destaca la interactividad. De manera que, el análisis de los referentes teóricos de esta categoría, permitieron fundamentar el método empleado para analizar el uso de los recursos interactivos en el Portal Ciudadano Holguín y formular una propuesta de instrumento para sistematizar su autoevaluación.
- En el contexto de la implementación del Programa Nacional de Gobierno Electrónico, el Portal holguinero constituye un referente en cuanto al empleo de herramientas teóricas multidisciplinares para su concepción, por ello cuenta con los requerimientos funcionales necesarios para generar interacción con los usuarios, de manera particular en la Sección Diálogo, unidad de análisis del este estudio. Sin embargo, la investigación permitió corroborar que estos recursos interactivos son insuficientemente explotados por diversas causas, entre las que sobresalen deficiencias en la gestión de la interactividad desde el propio staff del sitio.
- La evaluación sistemática del uso de los principales recursos interactivos, a través del instrumento propuesto, debe contribuir a la mejora continua y optimización del sitio, con su consiguiente impacto en el perfeccionamiento de la gestión de gobierno en el territorio, máxima aspiración de la presente investigación.

RECOMENDACIONES

- Implementar el instrumento propuesto para evaluar el desempeño interactividad y usabilidad en el Portal Ciudadano Holguín.
- Dar continuidad a la investigación con un estudio sobre una propuesta de manual de gestión de contenidos para el Portal Ciudadano Holguín.
- Proponer a los administradores del Portal un perfil de competencias para la conformación del equipo de trabajo para el adecuado desempeño de la plataforma: webmaster, gestores de contenidos, editores, moderadores, etc.
- Promover acciones de capacitación para los administradores del Portal que permitan emplear criterios óptimos de usabilidad para corregir posibles errores y dificultades en la navegación y la búsqueda de información, que puedan afectar el posicionamiento del sitio.
- Estimular la aplicación sistemática de la Lista de Chequeo con vistas a propiciar la mejora continua del sitio.
- Socializar la presente investigación entre los staffs de los distintos Portales Ciudadanos cubanos, para favorecer la interacción de los usuarios con la plataforma y la usabilidad en función de los objetivos propuestos en cada caso.

BIBLIOGRAFÍA

Abatte, J. (2000). *Inventing the Internet*. Boston: MIT Press.

Alonso, M. M. (2006). *Teoría de la comunicación*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.

AMOROSO FERNÁNDEZ, Y. (2014). *Gobierno Electrónico: propuesta metodológica de*.

APP Holguín. (2018).

Aristizábal, S. L. (2005). Hipermedia e interactividad en el periodismo digital colombiano. *Palabra Clave*.

BERNERS-LEE, T. (2000). *Tejiendo la red*. Madrid: Siglo XXI.

Bezjian-Avery, A., & Calder, B. Y. (1998). *New Media Interactive Advertising vs Traditional Advertising*.

Bolós, C. E. (2001). *El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al hipermedia*.

Bordewijk, J., & Kaam, B. v. (1986). *Towards a new classification of tele-information services*.

Bravo, A. O. (2009). *Editora Girón: el periodismo hipermedia que hacemos y el que queremos. Una mirada al periodismo digital que se realiza en la publicación matancera y sus perspectivas futuras*. La Habana: Univesidad de La Habana.

Bretz, R. (1983). *Media for interactive communications*.

Calzadilla, N. R. (2006). *Del éter al ciberespacio. Un análisis sobre la interactividad de la radio cubana en Internet*. La Habana: Universidad de La Habana.

Carey, J. (1989). *Interactive media*.

Carlson, D. (2003). "The history of online journalism.

Castells, M. (1996). *The informatin age: Economy, society and culture. Vol. I, The rise of the network society*. Cambridge.

- Castells, M. (1999). *Internet y La Sociedad Red*.
- Castells, M. (2001). *La galaxia internet*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Castells, M. (2006). *La Sociedad Red*.
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: Una visión global*. Madrid: Alianza.
- CELLARY, W. (2008). *Strategic Impact of e-Government on Economy and Society*.
- CLAD. (2007). *CARTA IBEROAMERICANA DE GOBIERNO ELECTRÓNICO*.
Santiago de Chile.
- Cuba, A. F. (2 de 6 de 2019). (J. E. Zaldívar, Entrevistador)
- Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. (2003). Declaración Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información. *Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información*.
- De Armas Suárez, A. D. (2011). *Gobierno electrónico en la Provincia de La Habana*. Contribuciones a las Ciencias Sociales. Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/cccss/14/>
- De Armas Urquiza, R. &. (2011). *Gobierno Electrónico: Fases, Dimensiones y algunas consideraciones que hay que tener en cuenta para su implementación*.
- DE WOLK, R. (2001). *Introduction to online journalism: publishing news and information*. Needham Heights: Allyn & Bacon.
- Deuze, M. (2001). Online journalism: Modelling the first generation of news media on the World Wide Web.
- Díaz, M. V. (2014). *¿Periodismo Hipermedia en Escambray? Análisis de las rutinas productivas del sitioweb del periódico espiritano*. Santa Clara: Universidad Central Marta Abreu de Las Villas.
- Díaz-Noci, J. (2002). *La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico*. Universidad del País Vasco.

- Díaz-Noci, J. (2006). La interactividad y el periodismo online: Una aproximación teórica al estado de la cuestión. *Diálogos Possíveis*.
- Díaz-Noci, J. (2010). Medios de comunicación en internet: Algunas tendencias. *El Profesional De La Información*.
- Díaz-Noci, J. y. (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Duncan, S. (1989). Interaction, face-to-face. *International Encyclopedia of Communications*.
- Durlak, J. (1987). A typology for interactive media.
- Elizalde, R. M. (2012). *El consenso de lo posible. Principios para una política de comunicación social cubana socialmente consistente y tecnológicamente sustentable en los escenarios perspectivas de regulaciones externas e internas*.
- Farpón, C. R. (2013). Los canales de interactividad en las ediciones digitales de los medios de comunicación: El caso de El Norte de Castilla. *Libro de Actas. XIII Congreso Internacional Ibercom*. Santiago de Compostela: IBERCOM.
- Fernández, G. (3 de 6 de 2019). (J. E. Zaldívar, Entrevistador)
- Garcés, E. D. (2011). *Reubicar el futuro. Las mediaciones entre la cultura profesional y las lógicas de producción. periodística para la web. Estudio de casos: Granma y Trabajadores*. La Habana: Universidad de La Habana.
- Goldhaber, G. (1979). Modelo de Diagnostico a la Comunicación Organizacional.
- González Planas, A. (2003). Obtenido de www.cubaminrex.cu
- Guillén López, D. (2016). *Hacia un Gobierno Electrónico para el Municipio de Santa Clara*. Santa Clara.
- HALL, J. (2001). *Online journalism. A critical primer*. London: Pluto Press.
- Hanssen, L., Jankowski, N. W., & etienne, R. (1995). Interactivity from the perspectiva of communication studies.

- Heeter, C. (2000). Interactivity in the context of designed experiences.
- Holtz-Bonneau, F. (1986). *La imagen y el ordenador*. París; Madrid: Fundesco.
- IZQUIERDO BRITO, M. (2015). *Cultura Informacional en la Administración Pública*.
- Jensen, J. (1998). Interactivity. Tracking a new concept in media and communication studies. *Nordicom Review*. Nordicom.
- Karlsen, J., & Stavelin, E. (2004). Computational journalism in Norwegian newsrooms. *Journalism practice*.
- Kawamoto, K. (2003). *Digital journalism: Emerging media and the changing horizons of journalism*. Rowman & Littlefield Publishers.
- Machado, A. (2003). *The interactivity maze*.
- Madrid, J. E. (2001). *Internet y la transformación del Estado*.
- Manovich, L. (2002). *The language of new media*. Cambridge: MIT Press. Obtenido de https://dss-edit.com/plu/Manovich-Lev_The_Language_of_the_New_Media.pdf
- Marchand, M. (1987). Chorégraphie des nouvelles technologies de l'information.
- Marrero, L. (2007). *Géneros de Géneros y otras redes...y otras REDimensiones*.
- Martínez, L. E. (1 de 6 de 2019). (J. E. Zaldívar, Entrevistador)
- Meso, K. (2002). Un nuevo profesional llama a tus puertas.
- MINCOM. (s.f.). Obtenido de www.mincom.cu
- Montero, Y. H., & Hernández, M. (2003). *Guía de Evaluación Heurística de Sitios Web*.
- Multigner, G. (1993). Sociedad interactiva o sociedad programada?
- Navarro, L. (2009). Tres lustros del periodismo digital. *Comunicar*.
- Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*.

- Nielsen, J. (1994). *Usability Inspection Methods*.
- Nielsen, J. (1995). *Multimedia and hypertext: The internet and beyond*. Boston: AP Professional.
- Nielsen, J. (1998). *The end of legacy media (newspapers, magazines, books, TV networks)*. NN/g Nielsen Norman. Obtenido de <https://www.nngroup.com/artiles/the-end-of-legacy-media-newspapers-magazines-books-tv-networks>
- NIELSEN, J. (2000). *Usabilidad*. Madrid: Pearson Education.
- Nielsen, J. (2002). *Ten Usability Heuristics*.
- Orihuela, J. L. (2002). *Los nuevos paradigmas de la comunicación*.
- Oviedo Bravo, A. (2009). *Periodismo hipermedia un nuevo entorno mediático*. Matanzas: Universidad Camilo Cienfuegos.
- Palacios, M., & Díaz-Noci, J. (2009). Online journalism: research methods. A multiisciplinary approach in comparatie perspectie. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10810/15569>
- Rafaeli, S. (1988). *Interactivity: from new media to communication*.
- Rafaeli, S., & Sudweeks, F. (1997). *Networked interactivity*.
- Recio, M. (2003). *Periodismo digital: el límite de lo posible. Tesis de maestría*.
- Recio, M. (2006). *Periodismo digital. El límite de lo posible*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau.
- Rice, R. (1984). *New Media Technology: Growth and Integration*.
- Ríos, M. D. (31 de 5 de 2019). (J. E. Zaldívar, Entrevistador)
- RIVERA, E. (2006). *Concepto y problemas de la construcción del Gobierno*.
- Rodríguez Brito, A. (2005). *El milagro del cacharreo cotidiano. Acercamiento a la historia del*. La Habana: Universidad de La Habana.

- Rodríguez Brito, A. (2013). Del periodismo digital a la Hipermedia.
- Rogers, E. (1986). *Communication technology*.
- Rojas Rojas, A. (28 de mayo de 2019). (J. E. Zaldívar, Entrevistador)
- Rost, A. (2006). *La interactividad en el periódico digital*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Sádaba Chalezquer., M. R. (2000). Interactividad y comunidades virtuales en el entorno de la World Wide Web. *Comunicación y sociedad*.
- Sádaba-Chalezquer, M. R. (2016). Innovación en el sector de los medios. En R. (. Salaverría, *Ciberperiodismo en Iberoamérica*. Madrid: Fundación Telefónica & Editorial Ariel.
- Saladrigas, H. (2002). *Para investigar en comunicación*. Pablo de La Torriente Brau.
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística en internet*. EUNSA.
- Salaverría, R. (2017). Tipología de los cibermedios periodísticos-bases teóricas para su clasificación.
- Salaverría, R. (2019). *Periodismo digital: 25 años de investigación. Artículo de revisión*. El profesional de la información.
- Sanchez, I. M. (2012). Narrativa Hipermedia y Transmedia.
- SARTORI, G. (1998). *Homo Videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Scolari, C. A. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Secretaría Nacional de la Administración Pública. (2014). *Plan Nacional de Gobierno Electrónico*.
- Sicilia Piñero, M., & Ruiz de Maya, S. (2009). *La interactividad y el flujo en la eficacia de la comunicación interactiva* .
- Solórzano, R. (2012). *Cibermedios periodísticos de Nicaragua* .

Steensen, S. (2011). Online journalism and the promises of new technology: A critical review and look ahead.

TAPSCOTT, D. (1998). *Creciendo en un entorno digital. Cómo interactuar, compartir y entender a la generación NET*. Bogotá: McGraw Hill.

Usability Guidelines. (2005). Obtenido de <http://web.mit.edu/is/usability/usabilityguidelines.html>

Usable Web. (2005). Obtenido de <http://usableweb.com/>

Vittadini, N. (1995). *Las Nuevas Tecnologías de la Comunicación*.

Williams, F., Rice, R., & Rogers, E. (1988). *Research methods and the new media*.

Zaldívar, C. P. (2 de 6 de 2019). (J. E. Zaldívar, Entrevistador)

ANEXOS

ANEXO 1- MODELO DE DIAGNÓSTICO

Para la consecución de esta investigación se procedió a la aplicación de un diagnóstico en el Portal Ciudadano Holguín en el que se perseguía precisar el uso de recursos interactivos hipermedia, así como otros parámetros como la usabilidad.

Para ello se utilizaron diversas técnicas y métodos de investigación como:

- **Entrevistas a especialistas.**
 - Utilizada para complementar la teoría y los referentes investigados en el capítulo teórico, así como profundizar en el estado del arte y las variables investigadas.
- **Entrevistas a informantes clave.**
 - Se empleó específicamente para caracterizar rutinas productivas, roles, habilidades, etc.; del staff del Portal Ciudadano Holguín.
- **Observación**
 - El investigador se insertó dentro del staff del Portal Ciudadano Holguín para conocer las rutinas productivas, los roles, los recursos disponibles, etc.
- **Guía de observación científica**
 - Para diagnosticar el uso de recursos interactivos hipermedia, así como la usabilidad en la plataforma se procedió a confeccionar una guía de observación científica que gira alrededor dos variables fundamentales:
 - **Criterios de Usabilidad.** Debido a que la usabilidad es un concepto fundamental del entorno web, que fue definida por el padre de la Usabilidad, el danés Jakob Nielsen (1993) como “un atributo de calidad que mide lo fáciles de usar que son las interfaces web”:

- **Contenidos web.**
 - Donde se valoraron los contenidos publicados en el Portal de acuerdo a la estructura de los contenidos, el etiquetado de las secciones, la consistencia lingüística, la legibilidad de los textos y la optimización del tamaño de los contenidos.
- **Diseño.**
 - Se valoró la constancia en la identidad visual del portal, la presencia o no de un diseño adaptativo o *responsive*, la compatibilidad del Portal entre los navegadores más usados, y los distintos componentes gráficos y multimedia.
- **Navegación e interacción.**
 - Se reconocieron las posibilidades de navegación e interacción para el usuario de acuerdo a las opciones de control por el usuario y de opciones de navegación.
- **Recursos Interactivos.** Son herramientas que dotan al Portal de capacidad de interacción usuario-plataforma, usuario-contenidos y usuario-usuario; por lo que su presencia se hace vital para una web 2.0/3.0. Los indicadores tomados en cuentas fueron:
 - **Interacción con los contenidos.**
 - Donde se recogieron datos sobre las posibilidades que brinda el Portal para que los usuarios interactúen con los contenidos mostrados.

- **Interacción usuario-portal/usuario-usuario.**
 - Se verificó la presencia de distintos recursos y herramientas que permiten este tipo de interacciones dentro del Portal.
- **Interacción con redes sociales.**
 - Este indicador identificó la integración del Portal con plataformas de redes sociales y las posibilidades que tienen los usuarios de compartir contenidos en ellas.

ANEXO 2-GUÍA DE OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

1. ORGANIZACIÓN DEL PORTAL

- 1.1. Composición del Staff.
- 1.2. Roles profesionales.
- 1.3. Condiciones materiales y técnicas.

2. CARACTERÍSTICAS FUNDAMENTALES PORTAL

- 2.1. Misión.
- 2.2. Visión.
- 2.3. Mapa del sitio.

ANEXO 3-GUÍA DE OBSERVACIÓN CIENTÍFICA

1. CRITERIOS DE USABILIDAD

1.1. Contenidos web

- 1.1.1. Estructura de los contenidos.
- 1.1.2. Rotulado de las secciones.
- 1.1.3. Consistencia lingüística.
- 1.1.4. Legibilidad.
- 1.1.5. Tamaño de los contenidos.

1.2. Diseño web

- 1.2.1. Consistencia visual en el diseño.
- 1.2.2. Web adaptativa o *responsive*.

1.2.3. Compatibilidad entre navegadores.

1.2.4. Componentes gráficos.

1.3. Navegación

1.3.1. Control por el usuario.

1.3.2. Opciones de navegación.

1.3.3. Elementos para la orientación del usuario.

2. RECURSOS INTERACTIVOS

2.1. Interacción usuario-contenidos.

2.1.1. Vínculos a otros sitios.

2.1.2. Presencia de buscadores internos y/o otras alternativas de recuperación de información.

2.1.3. Acceso a recursos multimedia como gráficos interactivos, imágenes, archivos de audio y videos (Galería).

2.1.4. Votar para clasificar los contenidos del sitio web.

2.1.5. Uso de videos embebidos de YouTube, Facebook u otra plataforma.

2.2. Interacción usuario-portal/usuario-portal-usuario

2.2.1. Publicar comentarios en el Portal.

2.2.2. Sección “¿Quiénes somos?”, “Contáctenos”, “Contactos” o similar.

2.2.3. Posibilidad de contactar con los miembros del staff.

2.2.4. Acceso a foros de debate.

2.2.5. Opinar a través de sondeos o encuestas relacionadas con temas de interés de los usuarios.

2.2.6. Servicio de chat integrado.

2.3. Interacción con redes sociales

2.3.1. Presencia en redes sociales.

2.3.2. Extensión de redes sociales embebida.

2.3.3. Botones “Me gusta” y “Compartir” para redes sociales o mensajería instantánea.

2.3.4. Recomendar el sitio a otras personas.



ANEXO 4-CUESTIONARIOS PARA LAS ENTREVISTAS A INFORMANTES CLAVE

PARA ADRIAN FERNÁNDEZ CUBA, diseñador gráfico y miembro del equipo creativo

- ¿Diseño basado en la interacción?
- Posibilidades de la plantilla usada, para mejorarla
- Interactividad concepto propio
- Usos de los recursos interactivos
- Principales dificultades en la concepción
- Futuro del portal

PREGUNTAS PARA ALEXANDER ROJAS ROJAS, jefe del Dpto. de Comunicación de la APPPH

- Funciones en el portal
- Principales valores del portal
- Rutinas productivas
- Enfoques de trabajo (sobre que específicamente enfoca su trabajo en el portal)
- Uso de recursos interactivos de la plataforma (y como aprovecha)
- Principales dificultades
- Futuro del portal

PREGUNTAS PARA CARLOS PARRA ZALDÍVAR, Presidente de la UIC en Holguín.

- ¿Cuál es la utilidad –desde su perspectiva- de las plataformas de gobierno electrónico, específicamente los Portales Ciudadanos?
- En el caso del portal holguinero, cuales considera usted sus principales oportunidades y debilidades.
- Cuales recursos y/o herramientas hipermedia son las frecuentes y/o eficientes para favorecer la interacción y la participación de los usuarios/ciudadanos en la plataforma.



- Cuales considera usted esenciales para generar la interacción de los usuarios en una web, específicamente, el Portal Ciudadano Holguín.
- Su visión personal sobre el e-gob en Cuba para los próximos años.

PREGUNTAS PARA GABRIELA FERNÁNDEZ, profesora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana

- Cuales recursos y/o herramientas hipermedia son las más frecuentes y/o eficientes para favorecer la interacción y la participación de los usuarios/ciudadanos en plataformas de gobierno electrónico.
- Cómo describiría usted la relación participación ciudadana-interactividad, en este tipo de plataformas.
- Qué opinión le merece el uso de un recurso como la infografía interactiva en este tipo de plataformas.

PREGUNTAS PARA MAURO D. RÍOS, especialista y asesor en TIC, e-gob y SocInfo para empresas, gobiernos y organismos internacionales.

- Cómo describiría usted la relación participación ciudadana-interactividad, en este tipo de plataformas.
- Cuales recursos y/o herramientas hipermedia son las frecuentes y/o eficientes para favorecer la interacción y la participación de los usuarios/ciudadanos en plataformas de gobierno electrónico.
- ¿Cuáles son las principales oportunidades y debilidades de este tipo de plataformas?

PREGUNTAS PARA LUIS EDUARDO DOMÍNGUEZ, periodista y gestor de contenidos en Cubadebate.

- ¿Cuál es la utilidad –desde su perspectiva- de las plataformas de gobierno electrónico, específicamente los Portales Ciudadanos?

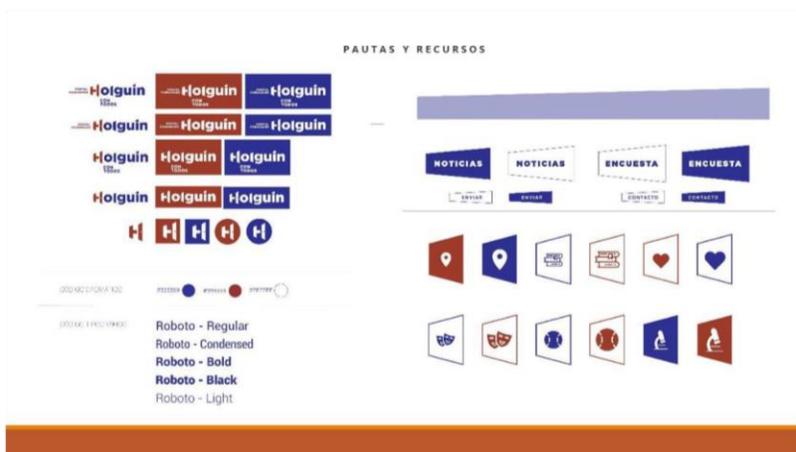
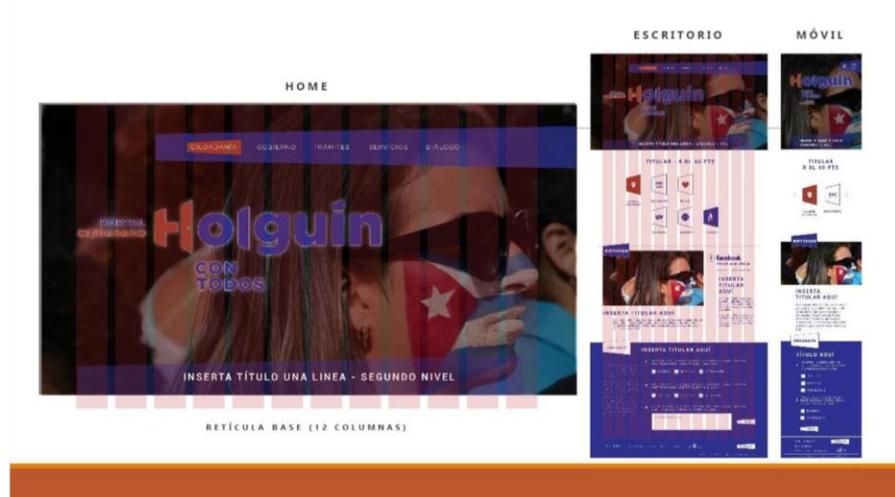
- Cuales recursos y/o herramientas hipermedia son las frecuentes y/o eficientes para favorecer la interacción y la participación de los usuarios/ciudadanos en la plataforma.
- Cuales consideraría usted esenciales para generar la interacción de los usuarios en una web, específicamente, en un Portal Ciudadano cubano.
- Su visión personal sobre el e-gob en Cuba para los próximos años.

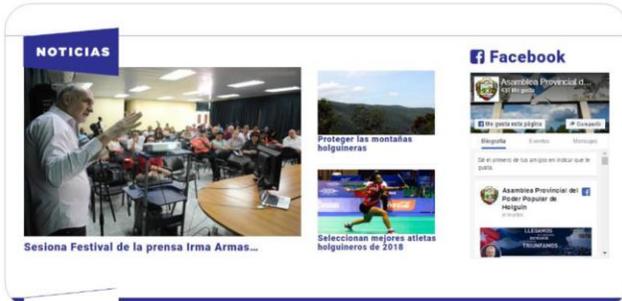
PREGUNTAS PARA MSC. JEAN CARLOS FERNÁNDEZ CARRALERO, diseñador web/gráfico.

- Qué elementos, recursos o herramientas Hipermedia, considera usted esenciales para generar la interacción de los usuarios en una web, por ejemplo, un Portal de gobierno electrónico.
- ¿Cuál es la utilidad –desde su perspectiva- de las plataformas de gobierno electrónico, específicamente los Portales Ciudadanos?
- Desde su experiencia, ¿cuáles son las principales oportunidades y debilidades de este tipo de plataformas?
- Cuales recursos y/o herramientas hipermedia son las frecuentes y/o eficientes para favorecer la interacción y la participación de los usuarios/ciudadanos en la plataforma.



ANEXO 5 CAPTURAS DEL PROCESO CONCEPTUAL





Holguín CON TODOS

CIUDADANÍA GOBIERNO TRÁMITES SERVICIOS DIÁLOGO

Inicio > Ciudadanía

CON TODOS Y PARA EL BIEN DE TODOS

5.0 (10 de 11 votos)

Para la Asamblea Provincial del Poder Popular en Holguín es un objetivo permanente estar cada vez más cerca del ciudadano. Desde esta plataforma pretendemos empoderarlos para ejercer sus derechos de un modo más eficaz.

La sección ciudadanía fomenta el flujo de interacción - participación de forma activa y sistemática entre los ciudadanos y sus poderes representativos, de modo que a un click de distancia se acceda a información de notable valor para el conocimiento de sus derechos y deberes.

Detalles

Escribo por Portal Gobierno

Escribir un comentario

IMPORTANTE
 Cuando haga su comentario tenga en cuenta que:
 - No debe usar palabras obscenas u ofensivas.
 - Los comentarios deben estar relacionados con el tema.
 - No se publicarán los comentarios que incumplan las políticas anti-spam.
 - Los comentarios no se responderán de forma instantánea, pues los funcionarios responsables tienen que hacer un análisis de los mismos para sus respuestas.

Nombre (requerido)
 E-mail

Holguín CON TODOS

CIUDADANÍA GOBIERNO TRÁMITES SERVICIOS DIÁLOGO

Inicio > Gobierno

PODER DEL PUEBLO

Las Asambleas Provinciales del Poder Popular, constituidas en las demarcaciones político-administrativas en que se divide el territorio nacional, son los órganos superiores locales del Poder del Estado, y en consecuencia, están investidas de la más alta autoridad para el ejercicio de las funciones en las respectivas demarcaciones.

La Asamblea Provincial de Holguín está compuesta por 103 delegados dirigidos por un Presidente, una Vicepresidenta y una Secretaria, y en ella están representados los diversos sectores de la sociedad (maestros, científicos, artistas, campesinos, deportistas, dirigentes, obreros, el MININT, etc. etc. Son renovados cada cinco años.

Los delegados forman Comisiones Permanentes de Trabajo integradas por un presidente, un vicepresidente y un secretario, con un número determinado de miembros. Para ser delegado a la Asamblea Provincial tiene que haber cumplido 16 años de edad y se eligen por el voto de los electores del municipio por el que hayan sido nominados.

La Asamblea Provincial contribuye al desarrollo de las actividades y al cumplimiento de los planes de las entidades establecidas en su territorio.

La Asamblea Provincial cuenta con la administración local que es el Consejo de la Administración, su estructura organizativa consta de la siguiente manera: (ver en el cuadro de la izquierda) en el territorio de la provincia de Holguín.

El desarrollo organizativo de la provincia de Holguín se estructura de la siguiente manera: (ver en el cuadro de la izquierda) en el territorio de la provincia de Holguín.

Holguín CON TODOS

CIUDADANÍA GOBIERNO TRÁMITES SERVICIOS DIÁLOGO

Inicio > Trámites

TODO ES MÁS SIMPLE

En esta sección ofrecemos información detallada sobre los trámites que a diario el ciudadano desarrolla en diferentes instituciones. Para ello, no solo ofrecemos los pasos, procedimientos y respuestas a cada uno de los procesos de gestión de la información, sino que le facilitamos los contactos de cada organismo responsable de los mismos.

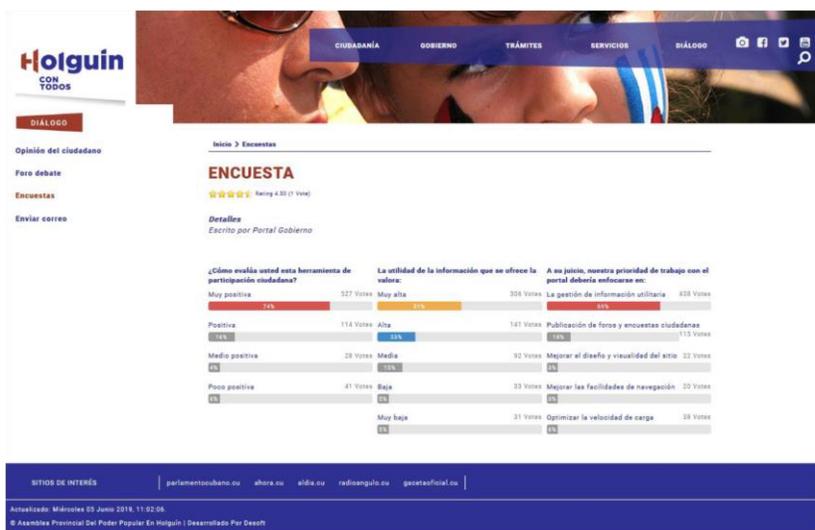
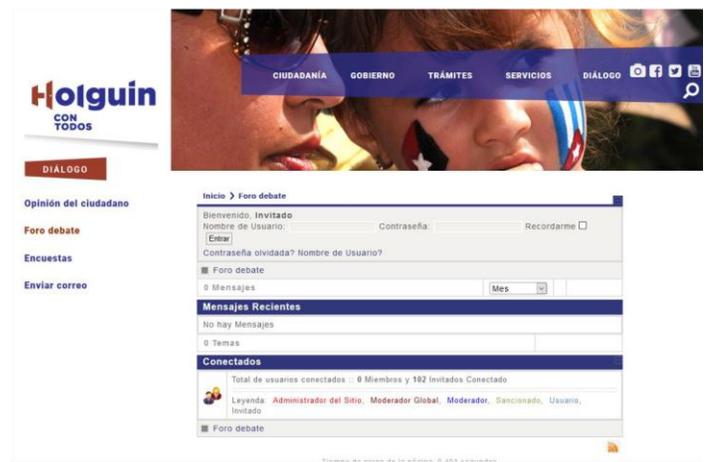
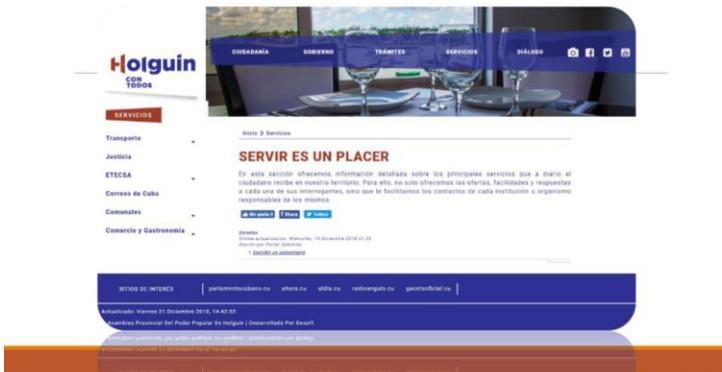
Detalles

Escribo por Portal Gobierno

Escribir un comentario

SECCIÓN	DESCRIPCIÓN	VALOR
11	11) Cuotas de inscripción para el ejercicio de la actividad como de SECCIÓN 4, artículo 13 del D.L. 1711 del 20 de mayo de 2014	2,000.00
12	12) Total de cuotas pagadas asociadas a la actividad como de SECCIÓN 4, artículo 13 del D.L. 1711 del 20 de mayo de 2014	2,000.00
13	13) Cuotas de inscripción para el ejercicio de la actividad como de SECCIÓN 4, artículo 13 del D.L. 1711 del 20 de mayo de 2014	2,000.00
14	14) Total de cuotas pagadas asociadas a la actividad como de SECCIÓN 4, artículo 13 del D.L. 1711 del 20 de mayo de 2014	2,000.00
15	15) Cuotas de inscripción para el ejercicio de la actividad como de SECCIÓN 4, artículo 13 del D.L. 1711 del 20 de mayo de 2014	2,000.00
16	16) Total de cuotas pagadas asociadas a la actividad como de SECCIÓN 4, artículo 13 del D.L. 1711 del 20 de mayo de 2014	2,000.00







ANEXO 6 ANALÍTICAS DE LA PÁGINA



El muestreo de carga de página envió 592 páginas vistas



Navegador	Tiempo medio de carga de la página (s)
1. Chrome	9,32
2. Safari (in-app)	9,46
3. Safari	14,65
4. Firefox	14,74
5. Android Webview	16,24
6. Internet Explorer	18,62

TIEMPO DE CARGA DE PÁGINA (POR NAVEGADOR)



El muestreo de carga de página envió 592 páginas vistas



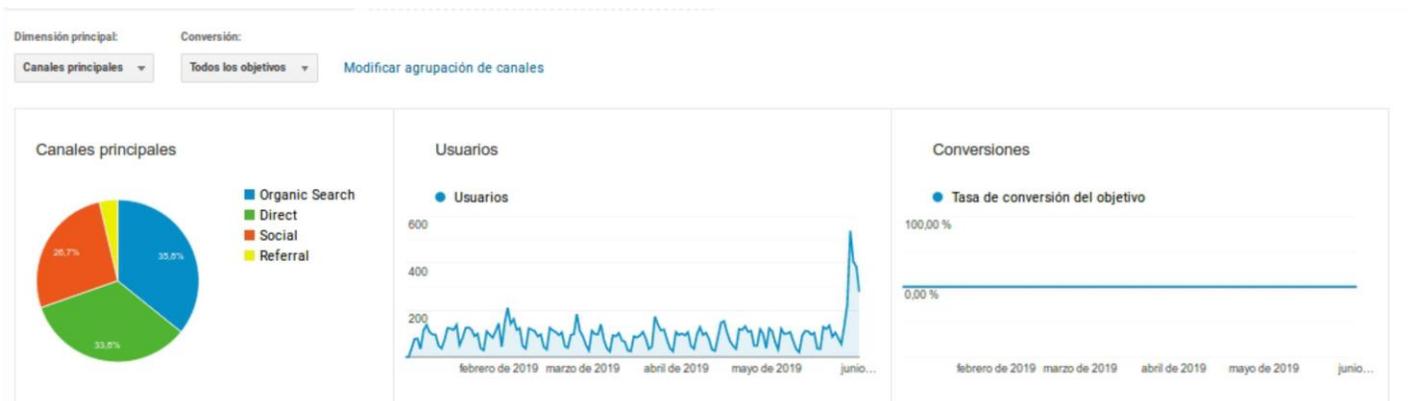
País	Tiempo medio de carga de la página (s)
1. Ecuador	8,15
2. Germany	8,74
3. France	9,48
4. Bolivia	9,96
5. Brazil	11,02
6. Italy	11,51
7. Austria	11,66
8. Canada	12,65
9. Argentina	12,90
10. United States	13,37

TIEMPO DE CARGA DE PÁGINA (POR PAÍS)

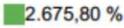
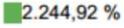


País	Adquisición			Comportamiento		
	Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión
	7.459 % del total: 100,00 % (7.459)	7.499 % del total: 100,03 % (7.497)	19.151 % del total: 100,00 % (19.151)	45,89 % Media de la vista: 45,89 % (0,00 %)	3,63 Media de la vista: 3,63 (0,00 %)	00:05:54 Media de la vista: 00:05:54 (0,00 %)
1. Cuba	5.752 (76,20 %)	5.748 (76,65 %)	17.191 (89,77 %)	41,99 %	3,84	00:06:26
2. United States	806 (10,68 %)	798 (10,64 %)	862 (4,50 %)	84,92 %	1,59	00:00:55
3. Spain	146 (1,93 %)	144 (1,92 %)	156 (0,81 %)	75,64 %	2,09	00:01:18
4. Canada	93 (1,23 %)	91 (1,21 %)	100 (0,52 %)	83,00 %	1,53	00:00:31
5. Ecuador	82 (1,09 %)	82 (1,09 %)	86 (0,45 %)	86,05 %	1,51	00:00:52
6. Mexico	70 (0,93 %)	69 (0,92 %)	75 (0,39 %)	80,00 %	1,91	00:01:14
7. Germany	45 (0,60 %)	41 (0,55 %)	47 (0,25 %)	53,19 %	4,23	00:04:33
8. Brazil	43 (0,57 %)	42 (0,56 %)	47 (0,25 %)	80,85 %	1,40	00:00:48
9. Italy	39 (0,52 %)	38 (0,51 %)	39 (0,20 %)	84,62 %	1,41	00:00:49
10. Venezuela	36 (0,48 %)	36 (0,48 %)	39 (0,20 %)	87,18 %	1,26	00:00:16

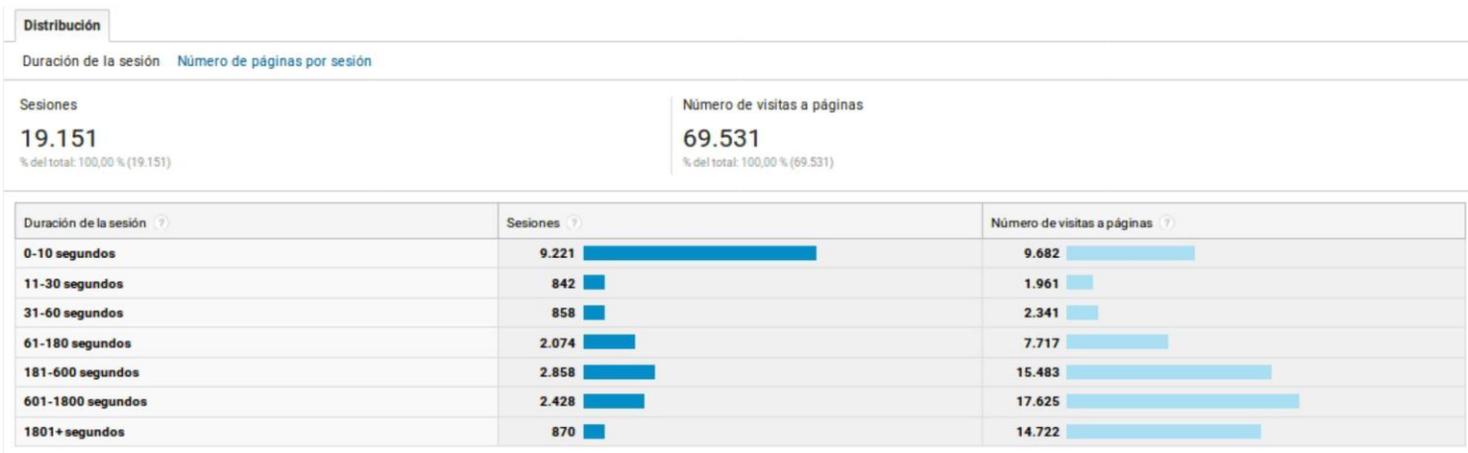
ORIGEN DEL TRÁFICO (POR PAÍSES)



ORIGEN DEL TRÁFICO

		69.531 % del total: 100,00 % (69.531)	69.531 % del total: 100,00 % (69.531)
1.	Portal del ciudadano de Holguín - Inicio	16.650	 14.722,67 %
2.	Portal del ciudadano de Holguín - Diálogo	6.871	 6.016,91 %
3.	Portal del ciudadano de Holguín - Servicios	5.011	 4.361,04 %
4.	Portal del ciudadano de Holguín - Trámites	3.118	 2.675,80 %
5.	Portal del ciudadano de Holguín - Ciudadanía	3.033	 2.600,13 %
6.	Portal del ciudadano de Holguín - Opinión	2.650	 2.259,16 %
7.	Portal del ciudadano de Holguín - Gobierno	2.641	 2.251,15 %
8.	Portal del ciudadano de Holguín - resultado_busqueda	2.634	 2.244,92 %
9.	Portal del ciudadano de Holguín - Planificación Física	1.861	 1.556,76 %
10.	Portal del ciudadano de Holguín - Generales	1.374	 1.123,20 %

VISITAS A PÁGINAS



DURACIÓN DE SESIONES



Sistema operativo	Usuarios	% Usuarios
1. Windows	4.066	54,19 %
2. Android	2.695	35,92 %
3. iOS	445	5,93 %
4. Linux	224	2,99 %
5. Macintosh	49	0,65 %
6. (not set)	13	0,17 %
7. Windows Phone	4	0,05 %
8. BlackBerry	3	0,04 %

USO DE SISTEMAS OPERATIVOS

Navegador	Usuarios	% Usuarios
1. Firefox	3.669	48,90 %
2. Chrome	1.938	25,83 %
3. Android Webview	909	12,12 %
4. Safari (in-app)	249	3,32 %
5. Safari	208	2,77 %
6. Samsung Internet	138	1,84 %
7. Internet Explorer	132	1,76 %
8. Opera	78	1,04 %
9. Android Browser	68	0,91 %
10. Opera Mini	47	0,63 %

USO DE NAVEGADORES

Sistema operativo	Usuarios	% Usuarios
1. Android	2.695	85,53 %
2. iOS	445	14,12 %
3. Windows Phone	4	0,13 %
4. BlackBerry	3	0,10 %
5. Windows	2	0,06 %
6. (not set)	1	0,03 %
7. Tizen	1	0,03 %

USO DE NAVEGADORES (DISP. MÓVILES)