



Usabilidad en los contenidos de cibermedios venezolanos: Un acercamiento a la apropiación social de Internet

Usability of Contents in Venezuelan Cyber-Media:
An Approach to the Social Appropriation of Internet

Hazel Mogollón y José Ramírez**

Resumen

El crecimiento de Internet afianza la necesidad de estudiarla dentro del paradigma socio técnico, dadas sus posibilidades de intervenir en nuestras vidas y en nuestras formas de trabajo y de comunicación. En este estudio, se hace un primer esbozo del concepto de Usabilidad desarrollado por Nielsen (2003) y su posible articulación como estrategia para potenciar la apropiación social de la red descrita por Castells (1999), pues en su abordaje de la comunicación en el ciberespacio se plantean retos en el diseño de mensajes fáciles de ser comprendidos, aprendidos, usados por las personas. Se detallan además los resultados de un estudio de usabilidad en el diseño de contenidos de cibermedios venezolanos, empleando las propuestas metodológicas de Nielsen (2003) mediante la aplicación de test de usuarios.

Palabras clave: Usabilidad, Internet, apropiación tecnológica.

Recibido: Mayo 2006 • Aceptado: Junio 2006

* Investigadores Centro de Investigación de la Comunicación y la Información (CICI).
E-mail: hmogollon@luz.edu.ve; joseusable@gmail.com

Abstract

The growing use of internet reinforces the need to study it within a social and technical paradigm, given its possibilities to intervene in our lives, and in our work and communication. In this study we approach an initial outline of the concept of usability developed by Nielsen (2003) and its possible articulation as a strategy to promote the social takeover of the net as described by Castells (1999). In his approach to communication in cyberspace he proposes challenges in the design of messages which are easy to understand, learn and use by people. The result of usability study on the design of contents in Venezuelan cyber-media are explained, using the methodological proposals of Nielsen (2003) by means of the applications of user tests.

Key words: Usability, internet, technological appropriation.

1. Introducción

En este momento, la humanidad está generando un nuevo medio de comunicación, que tiene su propio lenguaje y una alta velocidad de cambio y evolución: Internet y su comunicación hipermedial.

El estudio de esta realidad puede abordarse desde distintos enfoques. Uno de ellos centraría la atención en el vertiginoso y deslumbrante crecimiento tecnológico que experimenta la sociedad contemporánea a partir de la aparición de Internet, privilegiando un conocimiento meramente instrumental de la tecnología. Sin embargo, en un intento por abandonar posiciones puramente tecnocráticas, la red puede estudiarse además como un nuevo espacio comunicativo, dadas sus posibilidades de favorecer formas de relaciones sociales diferentes al contacto personal o a las que ocurren en los medios de comunicación masivos tradicionales.

Así lo reafirma Castells (1999) cuando señala que la red:

“No es simplemente una tecnología es el medio de comunicación que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades (...). Internet es el corazón de un nuevo paradigma socio técnico que constituye en realidad la base material de nuestras vidas y de nuestras formas de relación, de trabajo y de comunicación. Lo que hace Internet es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, la sociedad en la que vivimos” (p. 154).

Se diría además que el crecimiento y popularidad de esta sociedad red descrita por Castells, se debe en gran medida a las posibilidades tecnológicas que Internet ofrece:

- Una condición **asincrónica** donde el tiempo se disuelve desordenando la secuencia de los acontecimientos sumergiéndolos en una atemporalidad

(Castells: 1999) donde todo existe, permanece y renace según la disposición del usuario.

- Una condición **virtual** que rompe con las dimensiones de tiempo y espacio construyendo un mundo paralelo, distinto al real que, materialmente, existe en chips y servidores de equipos informáticos; pero simbólicamente se convierte en el conjunto de la experiencia humana, abarcando y simulando todas sus expresiones culturales.
- Una condición **hipermediática** que recrea la construcción de ideas mediante asociaciones libres, tal como ocurre en el pensamiento humano, estructurando informaciones de manera no lineal, mas bien multisequencial, mediante la combinación e integración de textos, gráficos, audios, video que conforman una nueva manera de organizar las ideas dentro de un mensaje y por lo tanto, una nueva manera de “escribir” o de estructurar un mensaje.

Este trío de propiedades, asociadas a la Internet, tienen como elemento en común el hecho que es el usuario quien comanda el recorrido por sus senderos; pues aun cuando Internet y su popular interfaz World Wide Web abren nuevas dimensiones en la creación y difusión de contenidos, es el usuario/receptor quien determina los límites y los alcances en el proceso.

Ante ello, resulta necesario tomar en cuenta estudios como los de Alexander Ntoko (2006), quien señaló que entre 1995 y 1998, el número de sitios web se duplicaba cada 53 días y que el número de usuarios crecía el doble. Cifras como estas indican el grado de crecimiento en popularidad que ha experimentado la red y además llevan a la reflexión sobre si el desarrollo de estos espacios virtuales logrará responder a esta evidente necesidad de interactuar y comunicarse.

Hay quienes afirman que a pesar del gran desarrollo experimentado por Internet en los últimos años y de la existencia de cientos de millones de páginas en la red, los diseñadores siguen en la búsqueda de un nuevo lenguaje multimedia, más adecuado a las condiciones técnicas del medio y a las exigencias de la mirada humana, aún no acostumbrada a la experiencia de lectura en la pantalla de un ordenador.

Según la encuesta del College of Computing del Georgia Institute of Technology, a cargo de Dix, Finlay y Abowd (2001), los principales obstáculos que hoy encuentran los usuarios de Internet se refieren a insuficiencias del sistema (velocidad e interrupciones), pero también a dificultades lógicas en la búsqueda de informaciones y a deficiencias de diseño (de comunicación) en las páginas en Internet, ya que se les dificulta entender el sistema y sobre todo interactuar con él. Situaciones como estas hacen que la experiencia de interacción en la red se vuelva frustrante.

Actualmente, en los estudios que abordan los espacios comunicativos del ciberespacio priva la idea que éstos deben configurarse de tal manera que sean fáciles de ser comprendidos, aprendidos, usados por las personas. Es lo que se conoce bajo el concepto de **Usabilidad**. En esta ponencia intentaremos hacer un esbozo sobre este nuevo elemento teórico – metodológico y su posible articulación como estrategia para potenciar la apropiación social de Internet.

2. Para comprender la usabilidad

Cotidianamente, cuando el ser humano intenta comunicarse, necesariamente emplea herramientas que le permiten palpar, sentir y pensar en todo aquello que le facilita ponerse en contacto con el mundo exterior.

Puede decirse que interactuamos con el mundo a través de cientos de interfaces, es decir: dispositivos que permiten la mediación entre el mundo y el yo. Muchas de ellas son tan conocidas y aceptadas, que ni siquiera las vemos. Por ejemplo, cuando usamos una herramienta, o interactúa con un sistema, suele haber “algo” entre uno mismo y el objeto de la interacción.

Por ejemplo, en un automóvil, ese “algo” son los pedales y el tablero. En una puerta, es el picaporte. En una máquina expendedora o un ascensor, los botones. En una computadora, el teclado, el monitor, el ratón. Este “algo” nos informa qué acciones son posibles, el estado actual del objeto y los cambios producidos; además nos permite actuar con o sobre el sistema o la herramienta. Pero para hacerlo, se requiere que dicha herramienta esté diseñada de tal modo que podamos comprender fácilmente su funcionamiento.

Imaginemos un automóvil completamente ecológico en cuanto al empleo de combustible por energía solar, capaz de convertirse en helicóptero para llevarnos a donde queramos por el aire, y capaz de convertirse en un bote, para navegar en el momento en que lo deseemos. Ahora imaginemos un costo tan bajo sobre este producto que una gran parte de la población puede adquirirlo. En distintas latitudes del mundo los ciudadanos se apresuran a comprarlo y pronto se agota en el mercado. Sin embargo, en el momento de hacer arrancar la máquina, las personas se consiguen con un minúsculo tablero que mide sólo 1x1cm, además se ve y se opera mediante infrarrojos, que los humanos casi no percibimos ni emitimos controladamente. En consecuencia, el auto casi perfecto tiene un pequeño problema: no puede usarse.

Con esta situación hipotética queremos indicar que hasta el mejor sistema o la herramienta perfecta, son inútiles si no podemos interactuar con ellos. Ahora pensemos en todos aquellos sitios en Internet que hemos usado en nuestro tiempo de cibernavegadores ¿Cuántas veces resulta imposible encontrar lo que buscamos porque no sabemos cómo hacerlo? ¿Cuántas veces los obstáculos para acceder a la información se relacionan con sitios web que reportan tardías velocidades de descarga, con diseños visualmente incomprensibles, de apariencia estridente y que por si fuera poco carecen de una estructuración y organización lógica en su contenido? He aquí un problema relacionado con el uso de los productos comunicacionales en la red de redes.

Jakob Nielsen, ingeniero de interfaces, hombre-máquina de la empresa Sun Microsystem, en Estados Unidos, ideó una metodología que permite la evaluación de los sitios Web, conocida en la actualidad con el término Usabilidad, la cual se define como la utilidad de un sistema, el medio para conseguir un objetivo, la funcionalidad de un sitio Web y el modo en que los usuarios pueden usar dicha funcionalidad.

Por lo tanto, la Usabilidad es la medida en la cual un software puede ser empleado por usuarios específicos para conseguir el punto óptimo de funcionalidad en un contexto de uso particular.

Esta condición reconocida por autores de habla hispana como facilidad de uso, y conceptualizada dentro del contexto de lo que en inglés se denomina con el término *usability* (Usabilidad), es la herramienta responsable para que el contenido de un sitio web cumpla de forma correcta las expectativas con las que ha sido creado, siempre desde el punto de vista del usuario final, de los visitantes de las páginas, ya que son estos los que, al fin y al cabo, van a hacer que un sitio web sea o no exitoso.

A fin de cuentas, como afirma Nielsen (2003) los usuarios visitan el sitio web por su contenido, pero agradecen la Usabilidad para llegar a éste. El diseño del contenido existe para permitir a la gente acceder al mismo. La vieja analogía citada por Nielsen (2003) es la de “un grupo de amigos que va a ver una función de teatro: cuando salen del teatro, de lo que hablan es de la obra, no de lo bonitos que eran los trajes”.

Hablar de Usabilidad refiere además a una propuesta teórica basada en el diseño centrado en el usuario, punto importante que muchas veces se olvida en el desarrollo de los sitios web. Sobre ello, la norma ISO 9241:11 de 1993 resulta muy clara: Usabilidad se refiere a la facilidad de uso de una aplicación informática. Es el rango en el cual un producto puede ser utilizado por unos usuarios específicos para alcanzar ciertas metas definidas con efectividad, eficiencia y satisfacción en un contexto de uso determinado.

Con respecto al origen etimológico del término, autores como Eduardo Manchón (2003) refieren que la Usabilidad deriva directamente del inglés *usability*. Si bien los filólogos hispánicos coinciden en afirmar que el término puede ser creado en la lengua castellana, su acepción no está clara. En castellano significa capacidad de uso, es decir, la característica que distingue a los objetos diseñados para su utilización de los que no lo fueron. Sin embargo, la acepción inglesa es más amplia y se refiere a la facilidad o nivel de uso, es decir, al grado en el que el diseño de un objeto facilita o dificulta su manejo. Manchón (2003) se pronuncia por utilizar el término Usabilidad basándose en la segunda acepción, y afirma que: “Usabilidad se define coloquialmente como facilidad de uso, ya sea de una página web, una aplicación informática o cualquier otro sistema que interactúe con un usuario”.

En todo caso, por lo que respecta a la web, la Usabilidad acopia un conjunto de técnicas que ayudan a los seres humanos a realizar tareas en el entorno gráfico de la interfaz de usuario de una aplicación web. Y decimos “aplicación web” porque afectará no sólo a páginas aisladas, sino al conjunto de todas las páginas que componen un sitio web, abarcando aspectos como la navegación, entre ellas (navegabilidad), o sea, la facilidad de encontrar un elemento dado dentro del sitio (relacionada con la arquitectura de la información), el número de errores del sistema (relacionado con aspectos de programación), la legibilidad de los textos (co-

rrespondiente al diseño web), la correcta transmisión de la información, el acceso a ésta por todos los posibles usuarios (accesibilidad). (Moreno, 2004).

2.1. Usabilidad con sentido de “apropiación”

A nuestro entender, el concepto de Usabilidad puede abordarse como una estrategia para apalancar procesos de apropiación social de Internet, ya que su punto de partida, sus procedimientos y sus diagnósticos son arrojados desde la naturaleza y el contexto de quien realiza la experiencia de interactuar en la red de redes.

En primera instancia, resulta necesario afirmar que entendemos la apropiación, desde la perspectiva de Subercaseaux (2002) como un proceso creativo que implica la adaptación, transformación o recepción activa en base a un código distinto y propio. Apropiarse, según el propio autor, “significa hacer propio un contenido que originalmente era ajeno”.

En el ámbito específico de la tecnología, podríamos extrapolar que este proceso parte de la oposición a una recepción pasiva e inerte de contenidos, ya que el sujeto internaliza el proceso comunicativo al que se enfrenta y lo procesa adaptándolo, apropiándolo a sus necesidades. De hecho, para Subercaseaux, el modelo de apropiación puede resultar muy productivo para que los países latinoamericanos superen el síndrome de la periferia, y esto se comprende ya que las sociedades, al enfocar el diseño de códigos y mensajes de acuerdo a la dinámica y las formas de consumo de sus ciudadanos, acortarán el camino para el aprovechamiento de estas herramientas.

Para los estudios de apropiación social de Internet resulta imprescindible la visión que aporta Manuel Castells. Este autor adopta una visión sociológica sobre la tecnología. En su visión, la apropiación ocurre cuando personas, instituciones, compañías y sociedad en general, transforman tecnología, cualquier tecnología, apropiándose, modificándola, experimentándola (Castells: 1999).

De acuerdo al autor, la apropiación es una constante en la óptica sociológica de la tecnología y la comunicación. Es importante recalcar que la apropiación involucra una doble perspectiva: 1) Puede estudiarse lo que Internet nos hace 2) Puede estudiarse lo que las personas hacen en Internet.

El nuevo patrón socio-técnico que emerge de esta interacción deviene la llamada “sociedad de información”. Internet, debido a su maleabilidad anima a que tales interacciones aceleren el paso del cambio y de la adaptación. De allí que Castells apuesta por una visión sociológica de la tecnología, más que, estética, simbólica o aún política.

Otro enfoque que sustenta la apropiación de las Tecnologías de la Información y la comunicación (Internet entre ella), se deriva de la visión social de Internet, desarrollada por la comunidad virtual Mística (www.funredes.org/mistica) para la observación alternativa del impacto social de las TIC en América Latina y el Caribe.

Específicamente, nos referiremos al principio de asumir a Internet como un asunto social, ya que al ser mediadas las relaciones sociales por la plataforma tecnológica, las comunicaciones se modifican en forma y fondo. De allí que la red de redes no debe considerarse sólo como una herramienta comercial, sino que debe servir también para promover relaciones económicas, políticas y sociales, alternativas a las tradicionales (Mística, 2002: p. 3).

3. Usabilidad y Cibermedios venezolanos: Una experiencia de estudio

Los enfoques aportados desde la perspectiva de la Usabilidad resultan de cuantiosa valía en el diseño de los nuevos espacios comunicacionales presentes en el ciberespacio, específicamente en los llamados medios de comunicación cibernética o cibermedios cuya principal misión es dar respuesta y satisfacer las nuevas y más exigentes necesidades informativas surgidas en la Sociedad del Conocimiento.

En un estudio¹, culminado este año, en el Centro de Investigaciones de la Comunicación y la Información (CICI) de la Universidad del Zulia, lograron detectarse errores y aciertos en el diseño de contenidos informativos en los cibermedios de mayor trayectoria en Venezuela, mediante la aplicación de estrategias metodológicas derivadas de la Usabilidad, a través de las cuales se intentó:

- a) Analizar los elementos de navegabilidad, accesibilidad e interfaz gráfica en los contenidos informativos de actualización diaria.
- b) Evaluar la presentación de los contenidos informativos de actualización diaria.
- c) Caracterizar los elementos interactivos insertos en los contenidos informativos.

En dicha investigación descriptiva de diseño transeccional (o transversal) con enfoque cualitativo, se analizaron los cibermedios venezolanos El Nacional On Line (www.el-nacional.com) y El Universal (www.eluniversal.com) y estos se tomaron como muestra intencional, dada su condición de ser los de mayor trayectoria en Venezuela.

Para la recolección de datos se siguieron las pautas metodológicas derivadas de la Usabilidad según las cuales el análisis de un sitio debe hacerse desde la mirada del propio usuario / receptor de la información. Específicamente, se aplicó el procedimiento sugerido por Nielsen (2003): el test de usuarios.

1 El estudio, denominado Usabilidad en el diseño de contenidos informativos en cibermedios venezolanos fue desarrollado en la Universidad del Zulia, por los autores y el profesor Antonio Acevedo, en el proyecto "Usabilidad y medios de comunicación cibernéticos en Venezuela", adscrito al programa "Experiencias locales de apropiación tecnológica" del CICI.

Este procedimiento consiste en convocar un conjunto de entre 5 a 30 sujetos para que navegaran los cibermedios, de manera que pudiera recordar o conocer los elementos que lo componen y en especial sus contenidos informativos, en el estudio específico se convocó a 30 sujetos. Luego cada quien procedió a responder un instrumento de investigación. Dicho instrumento consistió en un cuestionario estructurado y estándar, con 57 preguntas cerradas, de alternativas en escala, las que Ander Egg (1987: 135), define como: de hecho, de acción y opinión que además abarcó los aspectos: navegabilidad, accesibilidad, interfaz gráfica, presentación de contenidos informativos y elementos interactivos.

Según Nielsen (1997), el test de usuarios es el método más sencillo y fiable para medir la usabilidad de un sitio web, aprendiendo de la manera en que los usuarios reales lo utilizan. El autor apunta además las siguientes ventajas sobre este procedimiento:

- Un test con 2 usuarios sirve para detectar aproximadamente el 50% de los problemas en el sitio web.
- Un test con 5 usuarios suele descubrir aproximadamente el 80% de los problemas.

La data de la investigación fue procesada mediante la aplicación SPSS, un software especializado de Estadística para estudios sociales. El análisis se realizó siguiendo medidas de tendencia central.

4. Hallazgos significativos

Dado que el test de usuarios es una estrategia metodológica que intenta recrear y simular la experiencia de navegar un cibermedio, daremos cuenta de algunos de los hallazgos más significativos, detallando el recorrido que la mayoría de los usuarios reportó en los cibermedios estudiados.

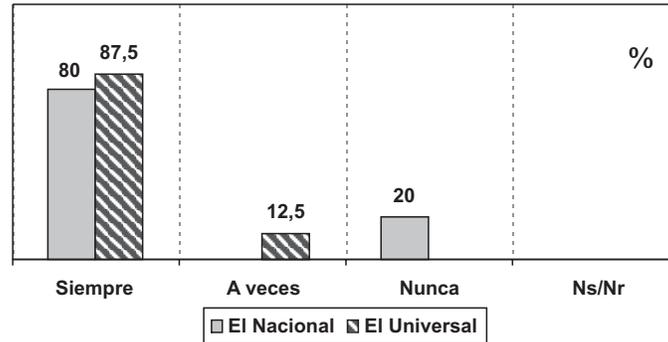
El Universal (eluniversal.com)

Cuando el 87,5% de los usuarios navegan este Cibermedio, pueden detectar fácilmente vínculos o enlaces que le permiten retornar al Home o pantalla principal. Sin embargo, dicha experiencia o recorrido a veces (37,5%) puede quedar registrada visualmente en enlaces que le indican como retroceder o avanzar en el sitio (Gráficos 1 y 2).

De igual modo, 87,5% de los usuarios identifican el mapa del sitio, 100% detecta un buscador que se precisa con facilidad en el home y además 75% puede operar en él opciones de búsqueda avanzada, las cuales le aportan resultados de una manera comprensible. Sin embargo, en ocasiones, cuando dicha herramienta de búsqueda reporte falta de resultados para la solicitud del usuario, ésta carece de alternativas de asistencia para indicar qué puede hacerse si la información requerida no se consigue.

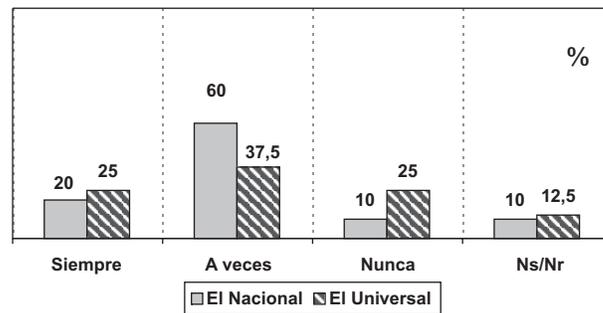
Para acceder a los contenidos del sitio, los usuarios disponen de enlaces que son fáciles de detectar para 50% de ellos. Lucen con colores adecuados, son medianamente intuitivos (pueden precisarse) cuando se configuran sobre una ima-

Gráfico 1
¿Se observa un vínculo de retorno a la pantalla principal o Home



Fuente: Elaboración propia (2006).

Gráfico 2
Se ubica el usuario dentro del sitio mediante enlaces para avanzar o retroceder



Fuente: Elaboración propia (2006).

gen y tienen una correcta disposición ya que no se aprecian vínculos rotos o que no conduzcan a ninguna parte.

Sin embargo, a la hora de hablar de accesibilidad, comienzan a reportarse algunos problemas: la mayoría de los usuarios (75%) indicó que el cibermedio no dispone de elementos como textos alternativos que le indiquen hacia lo lleva un enlace o en qué formato se encuentra un documento al que desee acceder. De igual modo, si es un usuario con discapacidades visuales o auditivas le resultará sumamente difícil consultar las informaciones ya que en el sitio no se observan dispositivos para aumentar el tamaño del texto, ni para transcribir informaciones en audio o video.

*Usabilidad en los contenidos de cibermedios venezolanos:
Un acercamiento a la apropiación social de Internet*

En materia de la interfaz, 75% de los usuarios de El Universal aprecian un empleo adecuado de colores, contrastes, tipografía y espacios en blanco que le facilitan la lectura de los contenidos.

Con respecto a la consulta específica de los contenidos informativos, 75% de los usuarios precisó que la titulación obedece ocasionalmente a la estructura de antetítulo, título, sumario. En cuanto a su redacción, no se apreciaron variaciones en títulos de primera pantalla y pantallas internas, por lo cual se infiere que se ofrecen titulares con redacciones repetidas que pueden cansar al usuario.

Los contenidos informativos son apreciados por el total de los usuarios en forma de textos dispuestos en bloques de párrafos que descansan la vista, redactados con un vocabulario adecuado y medianamente resaltados con viñetas o separadores. Sin embargo, al lector no le resulta fácil detectar o precisar el nombre del autor de la información que consulta.

La distribución del contenido del sitio luce coherente y lógica: el usuario puede acceder a listados de informaciones, ya sea agrupadas según su hora de actualización, o dispuestas en una lista de todos los titulares de la edición diaria.

En caso de requerirse dispositivos de ayuda durante su experiencia, este Cibermedio presenta serias dificultades ya que según 87,5% de los usuarios, no se detectan recursos de documentación, áreas de preguntas frecuentes (FAQ), ni resultados con ejemplificaciones.

No obstante, a la hora de acceder a los contenidos, al total de los usuarios le quedan bastante claras las reglas de juego durante la experiencia de consulta: se le expresan las condiciones de uso de dichos contenidos, así como también las políticas de privacidad sobre los datos que aporte en el Cibermedio.

En materia de interactividad, todos los usuarios pueden fácilmente imprimir informaciones, enviarlas a su correo electrónico, participar en encuestas, comunicarse con el webmaster o administrador, registrar sus datos aportando sus preferencias de consulta y suscribirse a servicios de titulares.

Sin embargo, 50% de los usuarios no logran enviar titulares a dispositivos móviles. Tampoco pueden recomendar noticias, ni solicitar aclaratorias o enmiendas en caso de detectar errores en la información. Tampoco pueden aportar comentarios sobre las noticias en foros de discusión ya que estos no funcionan correctamente. De igual modo, no pueden comunicarse con los redactores de las informaciones, participar en chats, ni registrar su experiencia de navegación en un libro de visitas.

En El Nacional (el-nacional.com)

Al igual que en el Cibermedio anterior, cuando el usuario ingresa puede detectar fácilmente vínculos o enlaces que le permiten retornar al Home o pantalla principal (80% de los usuarios). Sin embargo, su recorrido o navegación puede quedar registrada visualmente, de manera ocasional (según 60% de los usuarios), mediante vínculos que le indican como retroceder o avanzar.

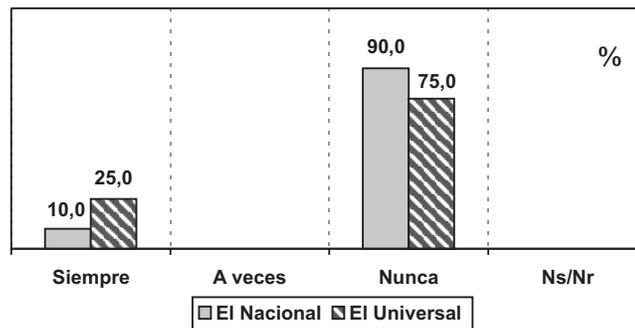
Con respecto al mapa del sitio, se debe acotar que el usuario, en una proporción de 60% no logra identificarlo. En cuanto al buscador, éste se detecta fácilmente desde la pantalla de inicio (50%); pero no dispone opciones para búsqueda avanzada, en mediana medida presenta resultados de manera comprensible y nunca ofrece servicios alternos de asistencia cuando dentro del sitio no se localizan datos para responder a la consulta.

Durante el proceso de navegación y consulta, 90% de los usuarios logran hacer uso de vínculos que son fáciles de detectar, lucen con colores adecuados, son medianamente intuitivos (pueden precisarse) cuando se configuran sobre una imagen y tienen una correcta disposición ya que no se aprecian vínculos rotos o que no conduzcan a ninguna parte.

En el aspecto de la accesibilidad se aprecian casi las mismas carencias del sitio de El Universal, lo cual evidencia serias limitaciones para la consulta por parte de personas discapacitadas, situación que además se traduce en una falta de correspondencia con una visión de los Cibermedios como una estrategia inclusiva para el acceso a la información.

Elementos como: textos alternativos que le indiquen hacia donde lo lleva un enlace o en qué formato se encuentra un documento al cual desee acceder, dispositivos para aumentar el tamaño del texto, o para transcribir informaciones en audio o video, no son localizadas por 70% de los usuarios (Gráficos 3 y 4).

Gráfico 3
Es posible aumentar el tamaño del texto

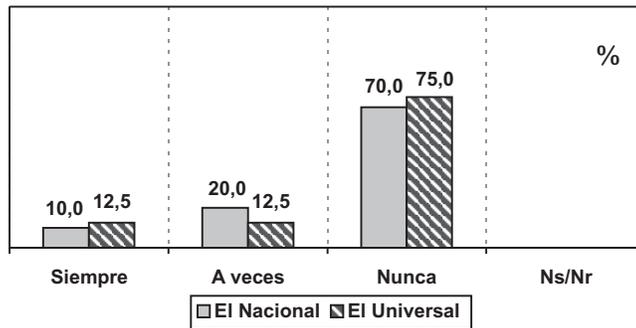


Fuente: Elaboración propia (2006).

Con respecto a la interfaz, 50% de los usuarios de El Nacional también aprecia un empleo adecuado de colores, contrastes, tipografía y espacios en blanco que le facilitan la lectura de los contenidos.

Una vez que el usuario realiza la acción de consulta específica de los contenidos informativos, éste precisa en 50% que la titulación obedece a la estructura de antetítulo, título, sumario. Esta situación indica que la atención se difumina en

Gráfico 4
Disponen los enlaces de una caja de texto para explicar la ruta del vínculo

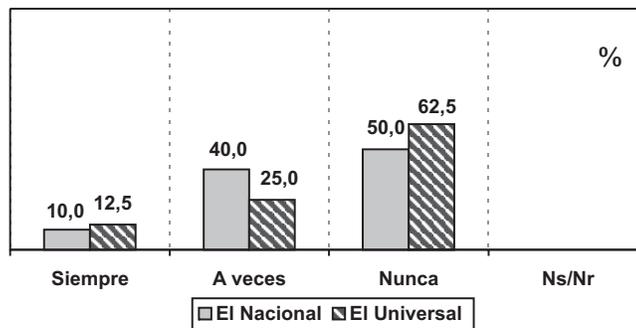


Fuente: Elaboración propia (2006).

tres niveles primarios de lectura y por lo tanto la acción de escaneo se puede dispersar, cuando lo más recomendable es condensar el énfasis lingüístico de la carga informativa en un título y un sumario o bajada.

En cuanto a su redacción, tampoco se apreciaron variaciones en títulos de primera pantalla y pantallas internas, por lo cual se infiere que se ofrecen titulares con redacciones repetidas que pueden cansar al usuario (Gráfico 5).

Gráfico 5
Varía la redacción de títulos y sumarios entre la pantalla principal y las pantallas internas



Fuente: Elaboración propia (2006).

Los contenidos informativos de El Nacional, al igual que los de El Universal, son apreciados por 90% de los usuarios en forma de textos dispuestos en bloques de párrafos que descansan la vista, aun cuando no se resaltan con viñetas o separadores. De igual modo la redacción se aprecia con un vocabulario adecuado. Sin embargo, a 60% de los lectores no le resultó fácil detectar o precisar el nombre del autor de la información que consulta.

La distribución del contenido de este sitio también luce coherente: el usuario puede acceder a listados de informaciones, agrupadas por área temática, o dispuestas en una lista de todos los titulares de la edición diaria. Sin embargo, 40% de los usuarios no detectó la identificación de la hora de actualización del texto y esto puede generar confusiones en el momento de la navegación ya que se dificulta precisar en un texto si este pertenece a un avance matutino, vespertino o nocturno.

Al igual que en el anterior Cibermedio, si el usuario requiere ayuda para consultar o conocer el funcionamiento de los dispositivos dentro del sitio, la experiencia puede verse limitada ya que 40% de ellos no logran detectar recursos de documentación, áreas de preguntas frecuentes (FAQ), ni resultados con ejemplificaciones.

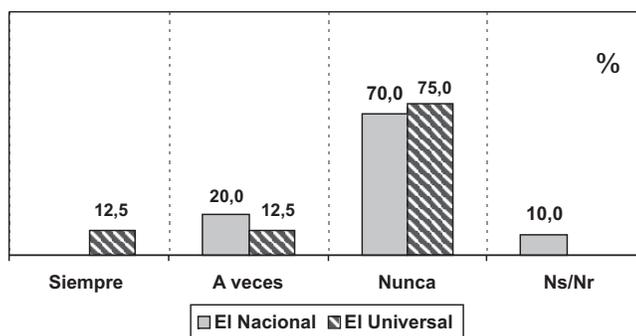
Cuando las personas consultan información en un Cibermedio, ocasionalmente pueden presentarse situaciones en las que el mismo sitio le solicite información personal como dirección de correo, nombre, entre otros. En caso de que esto ocurra en El Nacional, 90% de los usuarios no llega a visualizar las políticas de la organización con respecto a la privacidad de los datos del navegante, ni cuáles son las expectativas de sus administradores con respecto al uso de las informaciones que allí se difunden, en aras de fomentar el respeto a la propiedad intelectual.

En materia de interactividad, los usuarios detectaron varias similitudes con respecto a este punto en el anterior Cibermedio: pueden fácilmente imprimir informaciones (90%), enviarlas a su correo electrónico (100%), participar en encuestas, (90%) comunicarse con el webmaster o administrador (60%) y suscribirse a servicios de titulares (80%).

Sin embargo, 80% de los usuarios de este sitio no logran enviar titulares a dispositivos móviles, aun cuando estos cibermedios sí ofrezcan el servicio, esto quiere decir que las personas no identifican el espacio para acceder a esta herramienta. Tampoco pueden recomendar noticias (70%), ni solicitar aclaratorias o enmiendas en caso de detectar errores en la información (70%) (Gráfico 6).

Tampoco pueden aportar comentarios sobre las noticias en foros de discusión ya que estos no funcionan correctamente (70%). De igual modo, no pueden comunicarse con los redactores de las informaciones (70%), participar en chats (80%), ni registrar su experiencia de navegación en un libro de visitas (50%).

Gráfico 6
Puede el usuario solicitar aclaratorias sobre confusiones o errores en el contenido informativo



Fuente: Elaboración propia (2006).

5. Conclusiones y Reflexiones finales

Sin lugar a dudas, Internet es un fenómeno global emergente que trastoca los más tradicionales preceptos sobre el proceso comunicativo. Gracias al desarrollo de cibermedios, cuyos diseños están centrados en las expectativas del usuario, cobra mayor fuerza la necesidad de concebir ciberespacios accesibles, fáciles de usar.

La usabilidad luce entonces como una posibilidad estratégica de apropiación tecnológica cuyo mérito consiste en acortar el camino del usuario en la ruta del acceso a la información y el conocimiento.

En el ámbito específico de los cibermedios como espacios comunicativos, la realidad de estos productos en Venezuela indica que el diseño de contenidos informativos se fortalece en sus aspectos más generales de navegabilidad y accesibilidad. Sin embargo, todavía es mucho lo que queda por reflexionar en cuanto al aprovechamiento de la hipertextualidad para la comprensión del mensaje; mientras que en el ámbito de la interactividad se detecta un afianzamiento en sus niveles primarios; pero también serias debilidades en los niveles avanzados, los cuales en definitiva contribuyen a ofrecer mayor participación al usuario.

En atención a estas consideraciones, este primer esbozo de la usabilidad como propuesta teórica y metodológica arroja ciertas luces a la hora de detectar problemas y oportunidades de mejora en los contenidos informativos de los medios en el ciberespacio, aportando un nuevo enfoque en el estudio de estos espacios comunicativos comunicacionales, en aras de mejorar la experiencia de consulta virtual de información por parte del usuario, con lo cual se cimentan las bases para potenciar la apropiación de estas tecnologías, tal como lo aprecia Castells: apropiándose, modificándola, experimentándola.

Referencias Bibliográficas

- Acevedo, A. (2006). **Usabilidad en el diseño de contenidos informativos en Cibermedios venezolanos**. Tesis de Maestría no publicada. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.
- Alcalá, J.; Castillo, G.; León, M; Ramírez, J.; Suárez, A. (2004). **Evaluación de Usabilidad de las Páginas Electrónicas de los Poderes Públicos del Estado Venezolano**. (Trabajo Especial de Grado para optar al Título de Ingeniero en Informática en la Universidad Dr. Rafael Bellosillo Chacín. Maracaibo, Venezuela.
- Ander EGG, E. (1987). **Técnicas de Investigación Social**. Buenos Aires, Edic. Hymánitas.
- Arizpe, G. (2004). **¿Para qué sirve un sitio web?** [En línea] <http://www.area.com.mx/estrategica> [Consulta: 15/09/2005]
- Armañanzas, E.; Díaz, J.; Meso, K. (1996). **El periodismo electrónico: información y servicios multimedia en la era del ciberespacio**. Barcelona: Editorial Ariel.
- Camus, Juan C. (2005). **¿Cómo se escribe en un sitio Web?** [En Línea]. Disponible en www.usando.info.
- Castells, Manuel (1999). **La Era de la Información**. Volumen I La Sociedad Red. Siglo XXI Edit. Barcelona, España.
- Dix, A., Finlay, J., Abowd, G. (2001). **Human-Computer Interaction**. College of Computing Georgia Institute of Technology. Georgia, USA.
- Joyanes, L. (1997). **Cibersociedad: Los retos sociales ante un nuevo mundo digital**. Ed. McGraw - Hill Interamericana de España.
- Manchón, E.; Martín, C.; Villa, L. (2003b). **“La administración a examen. Evaluación de la usabilidad en sitios Web de administraciones públicas. Levantamiento de usabilidad en todas las alcaldías y provincias de España**, [En línea] www.alzado.org
- Manchón, E. (2003c). **Evaluación heurística (o por expertos) de la usabilidad** [En línea] ado.org/articulo.php?id_art=74 [Consultado:02/05 /2005]
- Mística (2002). **Trabajando la Internet con una visión social**. (en red). Localizado en la Url: http://funredes.org/mistica/castellano/ciberoteca/tematica/esp_doc_olist2.html.
- Moreno, L. (2004). **¿Qué es la usabilidad?** [En línea] tmlweb.net/usabilidad [Consultado: 15/09/2004]
- Nielsen, J. (1997). **Inverted Pyramids in Cyberspace**. [En Línea]. Disponible en www.useit.com.

*Usabilidad en los contenidos de cibermedios venezolanos:
Un acercamiento a la apropiación social de Internet*

- Nielsen, J. (2003). **Usabilidad.** Diseño de Sitios Web. Editorial Prentice Hall. USA.
- Ntoko, A. (2006). **Ciberestrategias. Medios para facilitar el desarrollo.** Ginebra, Unión Internacional de Comunicaciones.
- Subercaseux, B. (2002). **Reproducción Y Apropiación:** Dos Modelos Para Enfocar El Diálogo Intercultural. (en red). Localizado en la dirección electrónica Url: <http://www.felafacs.org/dialogos/pdf23/subercaseaux.pdf>.