

**UNIVERSIDAD DON BOSCO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIONES**



TRABAJO DE GRADUACIÓN:

**“INTERNET COMO HERRAMIENTA PARA LA APERTURA DE
NUEVOS ESPACIOS INFORMATIVOS-PERIODISTICOS EN EL
SALVADOR”**

PRESENTADO POR:

**HENRY ALEXANDER RODRÍGUEZ MILÁN
CÉSAR GERARDO RODAS SALINAS**

PARA OPTAR AL GRADO DE:

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

SEPTIEMBRE, 2004

SOYAPANGO

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

**UNIVERSIDAD DON BOSCO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIONES**



RECTOR

ING. FEDERICO MIGUEL HUGUET RIVERA

SECRETARIO GENERAL

LIC. MARIO RAFAEL OLMOS ARGUETA

DECANO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

LIC. JOSÉ HUMBERTO FLORES MUÑOZ

ASESOR DEL TRABAJO:

LIC. GILBERTO ROGEL

JURADO EXAMINADOR:

ING. XIOMARA MARTÍNEZ

LIC. JOSÉ ANGEL GARCÍA

LIC. RENÉ A. MADRID

SOYAPANGO

EL SALVADOR

CENTROAMÉRICA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	I
CAPITULO 1	
MARCO CONCEPTUAL	
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
2. JUSTIFICACIÓN	7
2.1 Conveniencia	8
2.2 Relevancia	8
2.3 Implicaciones Prácticas	10
3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	11
3.1 Objetivo General	11
3.2 Objetivos Específicos	11
4. ALCANCES Y LIMITANTES DE LA INVESTIGACIÓN	12
4.1 Alcances	12
4.2 Limitantes	12
5. ANTECEDENTES	13
5.1 Los Medios de Comunicación	13
5.2 Breve Historia de los Medios de Comunicación	16
5.2.1 Origen de los Medios de Comunicación	16
5.2.2 Medios de Comunicación en El Salvador	20
5.3 Origen de Internet	24
5.4 Internet en El Salvador	28
5.5 Los Medios Digitales	30
5.6 Surgimiento de los medios Digitales en El Salvador	33
5.7 Nuevos espacios informativos-periodísticos en Internet	34

CAPITULO 2

MARCO TEÓRICO

6. PERIODISMO DIGITAL	38
6.1 El Comunicador ante los Medios Digitales	44
6.2 Diferencias entre Medios Digitales y Tradicionales	49
7. Los soportes tecnológicos de los sitios electrónicos	57
7.1 Sistemas de Seguridad	57
7.2 Programas de Edición y Publicación	60
7.3 Costos de Producción	63
8. Las desventajas y limitantes de los sitios electrónicos	65
9. Los Contenidos de Internet: Formas de protección, Copyright y Derechos de Autor	67

CAPITULO 3

MARCO METODOLÓGICO

10. TIPO DE INVESTIGACIÓN	73
11. FUENTES DE CONSULTA	74
a. Bibliográfica y Documental	74
12. TÉCNICAS CUALITATIVAS	74
a. La Entrevista Abierta	75
b. Triangulación de la Información	76

CAPITULO 4

TRABAJO DE CAMPO

13. Los medios impresos adoptan el formato digital:	
www.laprensagrafica.com -----	77
14. Los medios digitales y nuevas áreas de trabajo:	
www.infocentros.org.sv -----	80
15. La música en El Salvador alza su voz en nuevos espacios	
Informativos por Internet:	
www.musica.com.sv y www.rockguanacos.com -----	83

CAPITULO 5

16. CONCLUSIONES -----	88
16.1 Conclusión general -----	89
16.2 Conclusiones específicas -----	90
17. RECOMENDACIONES -----	99
18. BIBLIOGRAFIA -----	101
19. CRONOGRAMA -----	103

ANEXOS

AGRADECIMIENTOS DE HENRY ALEXANDER:

Primero, agradezco a Dios Todopoderoso por su infinito amor, aprender a creer en él por mi mismo, a solventar cualquier pena alcanzable de forma propia y a no buscarlo solo cuando se cree necesitarlo....

A mis familiares: mi mamá y mi abuela, las dos madres más lindas y maravillosas, a mi abuelo, el padre que todo hijo desea, a quien dedico la presente tesis, a mis primos casi mis hermanos, David y Mauro, gracias por su apoyo incondicional, a mi tío David y tía Marisol, por su cariño desde siempre.

A mi compañero de tesis Cesar, a sus hermanos Julio y Boris, a sus padres, gracias por su ayuda, sus bendiciones y su hospitalidad.

A mis compañeros de la universidad y amigos desde la infancia por mantener una chispa de amistad y alegría que nunca se apagará, a todos y cada uno mil gracias.

AGRADECIMIENTOS DE CÉSAR GERARDO:

Gracias al Ser Supremo, por ser esa fuerza creadora que nos ha dado lo más valioso que tenemos: Nuestra vida.

Gracias a mis padres por ser un verdadero ejemplo de lo maravilloso que pueden ser los seres humanos, por haberme inculcado valores de los que estoy orgulloso y por enseñarme que siempre hay que ver hacia adelante y que nunca hay que dejarse vencer. Sobre todo, gracias por su infinito amor.

Gracias a mis hermanos, Boris y Julio, por ser quienes son: Los mejores hermanos, grandes compañeros, excelentes músicos y más importante: Personas auténticas y sinceras.

Gracias a Henry, por su amistad durante los cinco años que estuvimos en la Universidad, por su dedicación al trabajo y por su paciencia en la realización de este trabajo ¡Al fin afuera Henry!

Gracias a toda mi familia: a mis 2 abuelas, a todos mis tíos, a mis primos...gracias.

Gracias a nuestro asesor Gilberto Rogel por habernos guiado exitosamente. Gracias a Otto y al resto de mis compañeros y profesores de estima en la Universidad.

Gracias a mis amigos y compañeros de mil batallas en la música (Stay Metal!!)

Gracias a todas aquellas personas de las que he podido aprender y que me han apoyado de una u otra forma todo este tiempo... Aunque ya no estén conmigo, sepan que dejaron una huella imborrable y que los llevaré siempre en mi corazón.

Dedicado a aquellos que luchan por realizar sus propias Utopías.

“Todo en la vida tiene un inicio y debemos lanzarnos a los retos que nos prepara, tendremos tropezones, y heridas que no sanarán tan fácil, pero al final hay una luz que nos espera en la oscuridad, hay que alcanzarla y hacerla cada vez más intensa, de eso se trata la vida, no permitir que esa luz tan espléndida se extinga, no ser conformes con lo que tenemos, buscar una nueva luz que nos ayudara a recorrer nuevos caminos y convertirnos en mejores personas cada día”.

Escrito por: Henry Alexander Milán.

INTRODUCCIÓN

Una de las cualidades más importantes que todo ser humano posee y que lo diferencia de las demás especies es la del conocimiento. El enterarse de lo que ocurre a su alrededor, conocer los acontecimientos y crear juicios de valor, es algo que todos los hombres y mujeres han tenido y desarrollado por generaciones.

La necesidad de comunicarse unos con otros para transmitir la información que es considerada importante, ha sido una actividad vital para el hombre. La forma en que se ha manifestado en los últimos siglos mediante la investigación de nuevas tecnologías para la comunicación, ha sido un elemento fundamental para el paso de la humanidad a estadios de desarrollo superiores.

El comunicarse a distancia y a un incontable número de personas fue la idea que inspiró a éstas tecnologías, desde la invención del telégrafo, la primera transmisión auditiva, el aparecimiento de la radio, la televisión y la red de redes: el Internet, son sólo algunas de las principales tecnologías de la comunicación creadas y perfeccionadas desde el siglo XIX hasta nuestros días.

A la llegada del siglo XXI, se han ido recreando nuevos usos de éstas tecnologías de la comunicación, y es Internet el ejemplo más representativo de la llamada “era digital”, convirtiéndose en una importante y reconocida herramienta para la búsqueda de noticias y de todo tipo de información.

Aunque la expansión y el uso del Internet, aún no se le iguala a la popularidad de la televisión, podemos decir que es más manejable por sus usuarios, ya que la información está ordenada y catalogada. El hecho de sentarse frente a una computadora y conectarse en línea, lo convierte en una herramienta personalizada con múltiples funciones.

Un comunicador debe estar consciente que el uso de Internet va más allá de la simple búsqueda de información, y debe valorarla como una herramienta con la que difunde mensajes hacia un público amplio y sin fronteras. Conocer la utilidad de Internet para las comunicaciones modernas, resulta ser de gran ayuda en la preparación de todo comunicador hoy en día.

Esto lleva a realizar la presente investigación mediante el estudio y análisis de los sitios Web informativos en el que aparece el llamado: “comunicador digital”, y el rol que éste ejerce a través de Internet.

En la actualidad (2004), Internet ofrece nuevas posibilidades a los periodistas y comunicadores, pero también plantea nuevos retos e interrogantes que serán debidamente abordados a través del ejemplo de sitios electrónicos seleccionados. Conocer los requerimientos y la preparación que se necesita es imprescindible al aventurarse a ésta relativamente nueva área de la comunicación.

Se profundizará en las características de cada uno de los sitios electrónicos escogidos para elaborar una respaldada generalización sobre el funcionamiento de un sitio Web en El Salvador, y tener una mejor perspectiva sobre lo que se necesita saber para trabajar en dicho campo.

Otro de los aspectos a evaluar serán las diferencias que marcan el trabajo entre éstos sitios electrónicos con los medios de comunicación tradicionales (radios, prensa y televisión) para comprender mejor el papel que representa Internet como un intermediario entre ambos polos.

Además de esto, conocer las formas de mantener y sostener un sitio electrónico en el país, sus costos para su producción, las formas de financiamiento, copyright, costos de nombre de dominio y la prevención de virus u otros problemas a los que acompaña Internet.

Básicamente se hace un documento que aporta a la poca información bibliográfica acerca del aparecimiento de sitios Web nacionales, las oportunidades y dificultades que pueden existir al tratar de comunicar e informar a un público más heterogéneo y segmentado que en cualquier otro medio de comunicación (MCS), los usuarios de Internet.

CAPÍTULO I

MARCO CONCEPTUAL

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El ritmo acelerado con el que se han desarrollado las nuevas tecnologías de la información (NTI) y la rapidez con la que importantes sectores de la sociedad las han aceptado, ha hecho que los comunicadores se adapten a éstas, generando lo que el diseñador de información Roger Fidler llamará “Mediamorphosis”¹ o Transformación de Medios.

Al hablar de las nuevas tecnologías de la información (NTI), se hace referencia al almacenamiento, procesamiento, recuperación y distribución de la información por medio de procesos microelectrónicos computarizados, lo que se denomina informática.

También se refiere la telemática, que viene a ser la organización y transmisión de mensajes computados a través de redes integradas de telecomunicación mediante satélites, la digitalización, la fibra óptica, entre otros. Así como las nuevas posibilidades que brindan los instrumentos de comunicación electrónica existentes como son la radio, la televisión, el teléfono etc.²

Mientras que el término “Mediamorphosis” es utilizado para explicar la manera en que los medios de comunicación evolucionan actualmente. Bajo esa

¹ Biagy, Shirley. “Impacto de los medios”. Capítulo 9, Pág. 210, International Thomson Editores. Cuarta Edición, 2003

² Jaramillo, Oscar. “Las nuevas tecnologías de la información y el ejercicio profesional”. Citado por: Castillo Obando, Emilce “Las nuevas Tecnologías de la Información ¿Para bien o para mal?”, Revista Latina de Comunicación Social, número 12, de diciembre de 1998, La Laguna. <http://www.lazarillo.com/latina/a/02hemilce.htm>

lógica, Fidler sostiene que hay que entender a los “*nuevos medios*” como muy similares a los “*viejos medios*” y, sin embargo, estos difieren en aspectos que los hacen distinguirse de sus predecesores³.

Las formas de comunicación están inmersas en esta dinámica de cambio, solo hay que ver como en los últimos años, con el surgimiento de Internet, muchos medios han adoptado nuevos formatos para poder explotar las posibilidades que ofrece. Y no solo éstos, muchos profesionales y/o conocedores de las comunicaciones han creado nuevos espacios informativos de tipo independiente.

Estos espacios son conocidos en el ámbito internacional; pero en El Salvador, hasta hace pocos años han comenzado a tener presencia. La manera en que las nuevas generaciones buscan informarse, es la razón que lleva a crear nuevos espacios informativos en Internet. Estos requieren ser analizados para que todo comunicador tenga una mayor comprensión de los mismos.

El comunicador del nuevo siglo debe asimilar qué ventajas y limitaciones le ofrece Internet, y estar preparado para desarrollar las posibilidades que éste brinda en forma creativa e interactiva. Internet se convierte entonces, en una “*herramienta multi-medios*” que plantea nuevos retos que el comunicador debe enfrentar en una sociedad, donde los cambios tecnológicos se reflejan ya en la vida cotidiana.

³ Idem

Entender la forma en que se dan éstos cambios en las comunicaciones, cómo Internet permite el apareamiento de nuevos espacios informativos, cuáles sus características, los retos y oportunidades a los que el comunicador debe hacer frente, son los planteamientos de la investigación: **¿Cómo Internet permite la generación de nuevos espacios informativos periodísticos en El Salvador?**

2. JUSTIFICACIÓN:

“En el único aspecto en el que incluso estos pioneros de esta cultura digital primitiva parecen concordar, es en el hecho de que virtualmente todo lo que se realiza en la actualidad debe cambiar o, en su defecto, desaparecer

*inevitablemente*⁴.

Con esta frase, el periodista estadounidense David Shaw, reflexiona sobre los cambios a los que esta sujeta la comunicación desde el surgimiento de la llamada “era de la información”. La difusión de contenidos informativos ha cambiado en los últimos años debido al apareamiento de nuevas tecnologías que facilitan la manera en que los seres humanos se informan de aquellos temas que le sean de interés.

Con el apareamiento de Internet surgen nuevos espacios informativos con temas más específicos para públicos más segmentados. Esto se refleja en mayor proporción en El Salvador, donde el acceso a Internet aún es limitado para la mayoría de la población, constituyéndose su audiencia en un público más especializado: profesionales, académicos y personas con acceso a ésta tecnología.

Esto justifica el interés por estudiar un problema que atañe directamente, pues como estudiantes egresados en el área de las comunicaciones, estamos llamados a ser parte de esta nueva tendencia comunicativa.

El estudio a realizar es de tipo analítico descriptivo⁵ y busca conocer, (a través de ejemplos concretos) la manera en que nuevos espacios informativos son desarrollados; cuál es la preparación que se requiere para difundir información en estos medios; la forma en que se hace el tratamiento de la

⁴ David Shaw, periodista. “Los periódicos toman diferentes caminos para la publicación on-line”, Citado por Biagy, Shirley. “Impacto de los medios”. Capítulo 9. Pág. 205. International Thomson Editores, Cuarta Edición, 2003

⁵ Coller, Xavier, Estudio de Casos, paginas 42 y 43, Editorial CIS, Madrid, España, 2000

información y cómo ésta se publica en el Internet.

Hay criterios importantes que justifican el porqué de la investigación, estos son los siguientes:

2.1 Conveniencia

El estudio poseerá una utilidad de tipo documental que analiza el rol del Internet en generar nuevos espacios informativos en El Salvador, de forma tal que sirva como una fuente de consulta a disposición de estudiantes, especialistas e interesados en ésta rama de las comunicaciones, tanto dentro como fuera de la Universidad Don Bosco.

2.2 Relevancia

Actualmente, “los medios digitales” en El Salvador han ido estableciendo presencia, éstos se valen de Internet para el desarrollo de su trabajo. No solo los medios han hecho esto, algunas personas han entrado al ejercicio de la difusión de información por cuenta propia y de manera independiente.

En este punto la investigación cobra relevancia, ya que se convierte en uno de los pocos apoyos académicos y bibliográficos que profundizan en ésta área desde la perspectiva nacional, dado que en muchas escuelas de periodismo y/o comunicaciones del país, aún no se estudia a profundidad el uso y la influencia de las NTI. (**ver *anexo 2***).

También es importante estudiar cómo una tecnología, relativamente

nueva, influye en la práctica del ejercicio periodístico en El Salvador; cómo se ejerce; qué le ofrece al comunicador; y cuáles son sus perspectivas a futuro. Al respecto, la sección de periodismo de la Biblioteca “Luís Ángel Arango”, sostiene en su espacio virtual:

“... Con la aparición de cada medio de difusión (imprensa, radio, televisión, medios electrónicos), el periodismo ha ido evolucionando según las exigencias y posibilidades que cada medio impone, lo que ha hecho que, actualmente, se entienda que, para cada medio, hay una forma de ejercer el oficio comunicativo”⁶.

2.3 Implicaciones Prácticas.

La investigación será de apoyo para orientar a aquellos comunicadores o aspirantes deseosos de incursionar en nuevos espacios de índole informativo en la red. Además se busca establecer bajo qué criterios se puede llegar a formar espacios informativos salvadoreños más personalizados, independientes, innovadores y de diferente enfoque con respecto a los que existen en los medios tradicionales.

⁶ <http://www.lablaa.org/ayudadetareas/periodismo/per0.htm> Biblioteca Luís Ángel Arango. Biblioteca Virtual Banco de la Republica (Colombia)

3. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Objetivo General

- Elaborar un estudio en el que se analice la influencia de Internet en el apareamiento y desarrollo de nuevos espacios con carácter informativo-periodísticos en El Salvador.

3.2 Objetivos Específicos

1. Analizar las características propias de un máximo de 4 espacios digitales representativos de carácter informativo-periodísticos en El Salvador.

2. Investigar cuáles son las herramientas que Internet ofrece a los comunicadores para la creación de espacios que faciliten la difusión de información periodística.
3. Analizar las características propias de los espacios digitales seleccionados de carácter informativo-periodístico en El Salvador.
4. Establecer si existen aspectos que diferencien estos nuevos medios o espacios informativos de los considerados tradicionales.
5. Determinar el costo de los aspectos a considerar al realizar una página Web en El Salvador (costos de producción, costos de antivirus, hosting y costo de nombre de dominio).
6. Conocer cuáles son las oportunidades de desarrollo profesional, las dificultades que se presentan y las amenazas de seguridad propias de la informática que puede tener un espacio informativo en formato “on-line” en el país.

4. ALCANCES Y LIMITANTES DEL PROBLEMA

4.1 Alcances

- i. Realizar un breve reconocimiento histórico que los medios informativos (Radio, Prensa escrita, Televisión y Medios Digitales) en El Salvador han tenido desde sus inicios hasta la actualidad.
- ii. Ofrecer a estudiantes y profesionales del área de las comunicaciones un análisis interpretativo de cómo Internet ha generado nuevos espacios de comunicación en el país.

- iii. Diferenciar el enfoque que los nuevos espacios de comunicación en Internet le dan a la información, en comparación con los medios de comunicación tradicionales.
- iv. Establecer las características de la audiencia que accede a páginas Web elaboradas en el país.

4.2 Limitantes

- v. Poca información bibliográfica y documental disponible acerca de los medios digitales en El Salvador.
- vi. Las limitadas fuentes de consulta a personas conocedoras y que laboran en los medios digitales en el país.

5. ANTECEDENTES

5.1 Los Medios de Comunicación

El esquema básico en todo medios de comunicación (MC) es el siguiente: EMISOR – MENSAJE – MEDIO – RECEPTOR - EFECTOS⁷. Pero ¿Qué son los Medios de Comunicación? Según la definición de la Biblioteca Virtual Luís Ángel Arango éstos son:

“...Instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva... Los medios de comunicación son la representación física de la

⁷ <http://www.zocalo.cl/ratonera/tesis/cap2.htm> , Navarro, Claudio, Tesis “En busca del Periodista Digital”

comunicación en nuestro mundo; es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y, finalmente, se expresa, se comunica”⁸.

Por su estructura física, los MCS se dividen en:

- **Medios audiovisuales.** Llamados también “*medios de entretenimiento cultural*” empleando imágenes y sonidos usados para facilitar una gran variedad de formatos de carácter informativo. (Noticieros, documentales, reportajes, entrevistas, programas culturales, científicos, ambientales, etc.)

La televisión, es el MCS por excelencia, por su rapidez, por la cantidad de recursos audiovisuales que utiliza (imágenes, sonido, personas) y sobre todo, por la posibilidad que le ofrece al público de ver los hechos y a sus protagonistas sin necesidad de estar presente.

- **Medio radiofónico.** Está constituido por la radio. Generalmente utiliza pocos recursos de producción y tiende a ser un medio informativo con inmediatez. Tiene un público más heterogéneo y que a diferencia de la televisión, puede crear sus propias imágenes, personajes, sonido, etc. estimulando la imaginación a través del sonido.

⁸ <http://www.lablaa.org/ayudadetareas/periodismo/per2.htm> , Artículo “Qué son los medios de comunicación”

- **Medios impresos.** Éstos son los periódicos, las revistas, folletos, etc. En otras palabras, son todas las publicaciones de tipo impresas cuyo objetivo es informar y crear interés en sus lectores. Sus requerimientos fundamentales son desde el saber leer a la habilidad de comprensión.

Entre los medios impresos los periódicos son los que tienen mayor consumo y a los que se les califica como más importantes, ya que se consideran los más influyentes en una sociedad. Los medios impresos son más duraderos y para todo tipo de público, esto significa que el análisis y/o comprensión de contenidos son publicados periódicamente.

- **Medios digitales.** También llamados "nuevos medios". Son los medios más usados actualmente por los jóvenes, y en general, por los amantes de la tecnología. Habitualmente se accede a ellos a través de Internet, lo que hace que todavía no tengan un alcance masivo, pues es mayor el número de personas que posee un televisor o un radio que el que posee una computadora.

La rapidez y creatividad hacen que los medios digitales puedan ser bastante atractivos y llenos de recursos comparados con otros medios. Su personal puede ser desde un solo individuo y no requieren de mucho dinero. Su variedad de contenidos, hace que un gran número de

personas se inclinen por estos medios para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar⁹.

Los MCS pueden tener un carácter informativo, analítico, de entretenimiento o especializado, éste último cubre contenidos como por ejemplo de tipo cultural, científico, económico, etc., es decir, temas que interesan a un sector determinado del público.

El carácter que tomen los MCS dependerá de la información que manejen, y en ciertos casos puede ser combinado. Ej.: Un programa educativo que hable sobre la prevención de incendios, es de carácter especializado por dirigirse a niñ@s y jóvenes, además de ser informativo.

5.2 Breve historia de los Medios de Comunicación

5.2.1 Origen de los medios de comunicación

La difusión de información ha existido desde el momento en que el ser humano necesitó comunicarse con otros, lo que nos lleva a pensar que la existencia de los "*instrumentos de comunicación*" es casi tan antigua como la civilización misma. Y es que el ser humano ha documentado su realidad histórica y social valiéndose de los recursos que ha tenido a su alcance y que ha transformado con el paso del tiempo.

⁹ <http://www.lablaa.org/ayudadetareas/periodismo/per2.htm> , Artículo "Qué son los medios de comunicación"

Hay evidencias de que civilizaciones antiguas dejaban constancia sobre hechos cotidianos en diversos formatos (papiro, madera, etc.), éstas solo fueron las primeras herramientas empleadas para dar a conocer cierta información. Es a los romanos a quienes se les atribuye el origen de las notas informativas, ya que en sus “actas y anales históricos” divulgaron noticias de sociedad y comentarios sobre el acontecer, así dieron paso a la creación de los diarios de información pública.

En muchas culturas, la difusión de la información se mantuvo durante siglos de manera oral o a través de la escritura manual. Esto cambió gracias a las adaptaciones tecnológicas realizadas por Guttemberg en su famosa imprenta de tipos móviles, la cual permitió la impresión de textos en grandes cantidades, y que entre otras cosas, dio origen a los primeros periódicos.

En 1457 apareció el primer periódico impreso, éste fue el *Nuremberg Zeitun* de Alemania. Poco a poco empezaron a surgir más periódicos en diversos lugares del mundo, y junto a ellos se fue formando el oficio periodístico y la consolidación de la prensa escrita como medio masivo de comunicación¹⁰.

¹⁰ <http://www.lablaa.org/ayudadetareas/periodismo/per0.htm>
Biblioteca Luís Ángel Arango. Biblioteca Virtual Banco de la Republica (Colombia)

El aparecimiento de la Radio a principios del siglo XX llevó el alcance de la difusión informativa a nuevos niveles y en la medida que ésta, como medio de comunicación, empezó a extenderse, se hizo imperiosa la necesidad de los periodistas y comunicadores de ese entonces en ampliar sus horizontes para poder utilizar adecuadamente éste nuevo medio de comunicación.

El invento de la radio surge de las investigaciones de varios científicos entre los que destacan las experiencias de Henry Hertz, sobre emisión de ondas a partir del chispazo eléctrico (ondas hertzianas) y del italiano Guillermo Marconi, quien valiéndose del descubrimiento, diseñó un aparato con el que emitió una señal a través del Canal de La Mancha en 1897.

No fue hasta 1906 que Reginald A. Fessenden logró transmitir la voz humana por medios inalámbricos¹¹. Sin embargo, uno de los primeros en emitir transmisiones noticiosas en radio fue David Sarnoff, un joven ingeniero de la American Marconi Company, y más tarde alto ejecutivo de RCA, a quien también se le atribuye la masificación de la radio y la televisión¹².

En 1912 Sarnoff transmitió desde una estación neoyorquina, los mensajes procedentes del Titanic durante su hundimiento, y por tres días mantuvo informado al público sobre la tragedia. Para la década de los años 20's la radio se había popularizado en los EE.UU. y contaba con diferentes espacios de programación, como conciertos, radionovelas y noticiarios.

¹¹ Frías Herrera, Freddy. Artículo "Historia de la Radio"
<http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/hradio.htm>

¹² Ídem

Años después apareció la Televisión, medio considerado como el más importante debido a su gran influencia en el mundo. Aunque décadas atrás se había experimentado con aparatos mecánicos capaces de reproducir imágenes, las primeras transmisiones de la televisión como tal no fueron hechas hasta 1927, por la BBC de Londres¹³.

Tres años después las cadenas CBS y NBC de los Estados Unidos hicieron sus propias transmisiones. Estas eran de carácter experimental y fue hasta 1939 que la televisión debutó comercialmente en la Feria Mundial de Nueva York¹⁴. En los años 40's la televisión empezó a ganar audiencia y pronto se convirtió en el medio más popular. Los noticieros se adaptaron del formato radial al televisivo.

David Brinkley, uno de los pioneros del periodismo televisivo, señala que al principio se ofreció a los mejores periodistas radiales la oportunidad de incursionar en la TV, pero que ellos se negaron porque *“no estaban acostumbrados a eso, les iba muy bien en la radio donde ganaban mucho dinero. No deseaban perder el tiempo con esto...”*¹⁵.

¹³ <http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/h television.htm>

¹⁴ Biagy, Shirley. Ob. Cit. Capítulo 7. Pág. 154.

¹⁵ *Ibíd.* Pág.155

En 1947 la cadena CBS empezó a transmitir *“Televisión News with Douglas Edwards”* , de igual manera, la cadena NBC también transmite su noticiero: *“Camel News Caravan”* con John Cameron Swayze y David Brinkley. Estos noticieros eran muy primitivos y no transmitían imágenes de los hechos noticiosos, básicamente mostraban a un presentador leyendo las noticias.

Mientras tanto, la cadena CBS tenía un fuerte grupo de reporteros radiales y para 1950 varios de estos se habían cambiado al medio televisivo, aunque muchos compartieron su trabajo entre la radio y la TV. Entre este grupo de periodistas destacaron Edward R. Murrow y David Brinkley, considerados como los creadores de los primeros estándares para la transmisión de noticias televisivas¹⁶.

5.2.2 Medios de Comunicación en El Salvador

La Prensa Escrita:

Fue hasta el año de 1824 que en El Salvador se publicó el primer periódico bajo el nombre de *“El Semanario Político Mercantil”*. El periodismo de ese entonces *“era un periodismo de ideas y comentaba hechos de carácter político y económico. La noticia no se publicaba con carácter informativo, sino*

¹⁶ Biagy, Shirley. Ob. Cit. Capitulo 7. Pág. 155.

como un apoyo a la nota ideológica”¹⁷. Este periódico dejó de publicarse en 1826.

En 1827 se publica “*El Centinela*”, aunque tuvo una breve existencia. Poco después aparecen otros periódicos. En general, se puede decir que el contenido de estas primeras publicaciones distaba mucho del ideal periodístico de informar y orientar a la opinión pública. Muchos de ellos fueron publicaciones oficiales y no tenían un verdadero carácter noticioso.

De los periódicos que hoy conocemos, el primero en nacer fue el vespertino “Diario Latino”. Este apareció el 11 de noviembre de 1890 bajo el nombre de “Siglo XX”. Fue publicado con éste nombre hasta 1896, luego cambió su nombre por “El Latinoamericano” y en 1903 fue adquirido por Miguel Pinto quien lo bautiza Como “Latino”. Ahora funciona bajo el nombre de Diario “Co -Latino”.

Años después surgen otros dos periódicos que con el tiempo se consolidaron como los más importantes del país. Estos fueron “La Prensa Gráfica”, fundada el 10 de mayo de 1915 y “El Diario de Hoy” que apareció el dos de mayo de 1936. El 6 de Febrero de 1967 nace el periódico vespertino “Diario El Mundo”¹⁸.

La Radio:

¹⁷ López Vallecillo, Italo. *Periodismo en El Salvador*. Capítulo XIII. UCA editores; segunda edición, 1987. Pág. 79

¹⁸ “**Periodismo digital en El Salvador: ¿un nuevo escenario profesional?**”, autor(es): Barrientos Melgar, *Et. Al*. Tesis de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, 2003. Pág. 29

La radio apareció en El Salvador en el año de 1926 a iniciativa del entonces Presidente de La República, Dr. Alfonso Quiñónez Molina. Las siglas de identificación de la primera radio salvadoreña eran "A Q M " o sea las iniciales del doctor Molina. El transmisor y los estudios estaban instalados en el segundo nivel del Teatro Nacional¹⁹.

Posteriormente estas siglas fueron cambiadas por las de "R D N ", Radiodifusora Nacional. Cinco años después, estas siglas indicativas fueron cambiadas nuevamente por las de YSSS, entrando así, al concierto de la Unión Internacional de Telecomunicaciones U. I. T. organismo que empezaba a regular el espectro radioeléctrico.

La primera radio salvadoreña en hacer periodismo fue la *Y.S.P*²⁰. Ya para 1946 la estación *Y.S.U* mantenía un noticiero en programación. Otras radios pioneras en periodismo radial que aparecieron después fueron *Y.S.E.B.*, *Y.S.C.*, *Y.S.F.* y *Y.S.K.L.*

La Televisión:

La *Y.S.E.B.* estableció en 1956 la primera estación televisora de El Salvador, aunque tenía un perímetro de transmisión muy reducido. Dos años

¹⁹ <http://www.gobernacion.gob.sv/web-radio/Historia-Radio-EISA.htm>
Radio Nacional de El Salvador

²⁰ López Vallecillo, Italo. Ob. Cit. Pág. 435

después Y.S.U. estableció una nueva planta televisora de la que surgieron canal 6 y canal 4.

El primer noticiero televisivo fue presentado por Álvaro Menéndez Leal, escritor salvadoreño considerado precursor del periodismo televisivo. Este noticiero llevó el nombre de *Teleperiódico* y fue inaugurado el 7 de Septiembre de 1956. En 1957 apareció el noticiero Teleprensa.

Para 1959 Menéndez Leal mantenía una cadena de periódicos televisivos con transmisión simultánea en Y.S.U. y Y.S.E.B. En ese tiempo los reporteros y presentadores televisivos eran un pequeño grupo de abogados, estudiantes y escritores, sin mayor preparación académica en el ámbito periodístico, pero con la voluntad de aprender el oficio ²¹.

Debido a las limitantes técnicas de la época, las grabaciones de los hechos noticiosos se hacían en formato de cine de 16mm en blanco y negro y no poseían audio, por lo que el presentador debía narrar en vivo la información. Para 1970 ya los cartuchos de video habían hecho su entrada en el país, lo que permitió a Teleprensa transmitir información a color y con sonido.

Durante la década de los años 70's Teleprensa no tuvo mayor competencia. Fue hasta 1984, en plena guerra civil, que apareció otro noticiero: Telediez. Este nuevo tele-noticiero fue impulsado por un grupo de

²¹ “**Desarrollo del periodismo escrito y televisivo en El Salvador**”, autor : Miranda Ortiz, Salvador Enrique. Tesis de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, 2000. Pág. 40

comunicólogos venezolanos que trabajaron en el canal 10, de propiedad estatal.

Telediez impulsó técnicas de presentación de noticias inéditas en el país. Un año después apareció el noticiero Al Día del canal 12, quienes retomaron el estilo de Telediez. Esto marcó el surgimiento de otros noticieros, sobre todo en el círculo de TeleCorporación Salvadoreña (TCS).

5.3 Origen de Internet

Los orígenes de Internet se remontan a los años 60's. A partir de los comienzos de esa década, en el Departamento de Defensa de Estados Unidos, se comenzó a buscar una forma de transmitir de manera más segura los importantes datos militares. Se buscaba que, incluso en caso de un ataque nuclear, la información no pudiera ser destruida.

Como solución a ésta problemática, entró en consideración el proceso de datos en forma electrónica. Los mismos datos se deberían poner en diferentes ordenadores alejados unos de otros. Todos los ordenadores entrelazados y comunicados entre si, enviaban en corto tiempo el estatus actual de los datos nuevos o modificados.

Cada ordenador debería poder comunicarse de varias maneras con otro. De esta forma, la red funcionaría aún si un ordenador individual o cierta línea fuera destruida por un ataque del enemigo. Sin embargo, el principio de los

ordenadores entrelazados no era interesante solamente para propósitos militares.

La Advanced Research Projects Agency (ARPA), una organización científica creada en 1958, decidió en 1966 conectar a la red sus propios ordenadores ARPA. A finales de 1969 los primeros cuatro ordenadores ya estaban conectados a la red ARPA.

Tres años más tarde, ya eran alrededor de 40 los ordenadores conectados. En aquellos tiempos era, sin embargo, la red propia de ARPA. En los años siguientes la red fue llamada por esta razón red ARPA o ARPANET. De esta red surgió luego la Internet que se conoce actualmente.

Se detectó rápidamente que también las instituciones académicas se beneficiarían de la red ARPA. Debido a la configuración abierta de ésta, no había inconvenientes para el uso de la red. A partir de los comienzos de los años 70's los científicos podían llamar datos de otros ordenadores y poner a disposición los propios datos a otras instituciones.

El número de ordenadores entrelazados subió. Se trataba de tipos muy diversos de ordenadores de diferentes marcas con sistemas operativos no compatibles y con diferentes accesos a la red. Más tarde, también computadoras personales comenzaron a ingresar a la red.

Algunos tenían una línea arrendada, es decir, una conexión constate, otras se conectaban con la ayuda de teléfonos y módems. Para traer los

diferentes requisitos bajo un común denominador, nació la necesidad de desarrollar un nuevo protocolo para la red. El protocolo no debía estar unido a ningún sistema de computadoras y velocidad de conexión. Así nació el protocolo TCP/IP.

Después de la introducción del protocolo TCP/IP, las transmisiones de datos fueron mandadas de forma uniforme y con un esquema estandarizado. Fue entonces que estudiantes pertenecientes a distintas instituciones científicas descubrieron la red a su manera, como una nueva oportunidad en beneficio tanto propio como para su institución.

Una especie de "*tablero*" era el deseo de estos estudiantes, un boletín de anuncios como es común en las universidades para buscar oportunidades de trabajo, de transporte de vivienda, viajes, o simplemente para la posibilidad de discutir y entablar conversaciones. Así surgió la Usenet (Red de Usuarios) que es la arteria principal de los "newsgroups" o grupos de noticias.

La conexión del mundo académico a la red requirió una separación entre la sección militar y la civil, puesto que los militares deseaban proteger sus propios intereses. Así fue como al principio de los años 80 una nueva red de datos militares, *la Milnet*, se separó de la red ARPA. La red ARPA fue cedida para las investigaciones científicas.

En la parte civil de la red, el número de ordenadores conectados subió drásticamente en el curso de los años 80. Un papel muy importante jugó en ello la National Science Foundation (NSF), Fundación Nacional de Ciencias de los Estados Unidos, organización que creó un sistema de unión o entrelace que interconectó los centros científicos más importantes de la nación norteamericana.

Los ordenadores individuales de las universidades o pequeños centros de cómputo se podían conectar a un centro de sistemas para así llegar a otras redes, estas interconexiones fueron dando origen a la llamada “red mundial de redes” (World Wide Web).

Poco tiempo después, se originó el término “*Internet*”. La designación “red ARPA” fue abandonada a finales de los años 80. El sistema de unión o entrelace por medio del cual las redes pequeñas se convirtieron en una red total, recibió la designación apropiada de “*backbone*”, (espina dorsal).

Lo que entendemos hoy en día como “*Internet*”, no es una red homogénea, sino una red compuesta de muchas redes pequeñas, limitadas territorialmente o de redes limitadamente organizadas. Todas esas redes están unidas a los “*backbones*” y en su totalidad conforman la Internet.

Internet se convierte entonces en una “... *red global de ordenadores conectados entre si, que permite a varios millones de usuarios alrededor del*

*mundo, compartir e intercambiar información en tiempo real, en lenguajes diversos y cantidades inimaginables*²².

Aún se discute si Internet puede ser considerado un nuevo medio de comunicación, lo que es innegable es su valor como una revolucionaria herramienta para la difusión de todo tipo de información. Esta puede ser muy certera pero también se debe ser cuidadoso con lo que se puede encontrar al navegar.

5.4 El Internet en El Salvador

En El Salvador, la Internet comenzó a tener una mayor expansión hasta el final de la década de los 90's, aunque fue introducida al país en el año de 1994. (El primer país centroamericano en conectarse a Internet fue Costa Rica, en 1993.)

Entre 1993 y 1996 El Salvador comenzaba su conectividad en la Internet, siendo la desaparecida Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL), la primera empresa conectada a Internet. Durante el primer trimestre de 1996 se transmite el primer enlace casi

²² <http://www.selfhtml.com.ar/introduccion/internet/origen.htm> Artículo Origen de Internet

simultáneo vía Internet entre la Universidad Don Bosco y la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” UCA²³.

El intercambio de mensajes en Internet en el ámbito Internacional, particularmente con Estados Unidos, fue de los primeros servicios de ésta índole que ofreció la desaparecida ANTEL, y los primeros servidores para la función de intercambio de datos eran proporcionados por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT).

Los servidores eran usados principalmente por estudiantes universitarios o empresas con negocios en el exterior. Internet poco a poco fue tomando mayor fuerza y accesibilidad, el avance tecnológico de las computadoras y la conectividad a Internet ya no se limitó a la vía telefónica, ya que en los últimos años se han introducido conexiones inalámbricas, a través de cable y satelitales.

Para el 2004 Internet en El Salvador ha establecido presencia, aunque aún es muy limitada en los hogares. Según el último Informe de Desarrollo Humano del PNUD, para el año 2002 el número de suscriptores sólo alcanzaba la cifra de 94,521 (**ver anexo 3**).

²³ “**Periodismo digital en El Salvador: ¿un nuevo escenario profesional?**”, Barrientos Melgar, Claudia Verónica. Et. Al. Tesis de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, 2003. Pág. 29

A pesar de esto, se estima que el crecimiento de Internet es del 20% anual²⁴ lo que significa que año con año, aumenta la cantidad de usuarios y las aplicaciones que estos hacen de Internet. Las empresas nacionales ya hacen uso en su mayoría de esta red mundial y el número de usuarios de páginas web nacionales va en aumento.

5.5 Los Medios Digitales

El periodista chileno Claudio Navarro en su tesis *“En busca del Periodismo Digital”* define al Medio digital como *“Un medio que procesa y transmite mensajes en forma bidireccional a una audiencia dispersa pero específica, realizado por profesionales que siguen una pauta normativa y cuyos contenidos son percibibles”*²⁵.

Como se explicó anteriormente, los medios digitales pueden ser una forma en la que se representan los MCS tradicionales. A los medios digitales se accede primordialmente a través de Internet, éste no es considerado un medio de comunicación al compararlo con la prensa escrita, la radio y la televisión, pues posee características que lo diferencian de un MCS y va ganando presencia y utilidad en el hogar y el trabajo²⁶.

Internet ha permitido la creación de *“espacios virtuales”*, donde se reflejan diferentes obras y actividades concernientes al quehacer humano como

²⁴ www.nsrc.org/CENTRAM/SV/Internet-SV-04-2002.PDF. Ibarra Fernández, Rafael Antonio. “Internet En El Salvador”

²⁵ <http://www.zocalo.cl/ratonera/tesis/cap2.htm> , Navarro, Claudio, Tesis “En busca del Periodista Digital”

²⁶ <http://www.lablaa.org/ayudadetareas/periodismo/per2.htm> , Artículo “Qué son los medios de comunicación”

el comercio, las comunicaciones, la educación, el entretenimiento, la investigación, etc.

Existe un sinfín de sitios Web con múltiples usos, algunos poseen enormes bases de datos con temas que funcionan como enciclopedias, otros sirven como una herramienta de relaciones públicas, y son comunes los sitios personales cuyo único fin es servir como una forma de expresión para un individuo, por mencionar algunos. Todas estas actividades van más allá de las posibilidades a las que puede llegar un medio de comunicación.

Todos estos sitios en la red comparten una característica y es que todos, de alguna manera, “*comunican e informan*” algo. Sin embargo, el objeto de estudio de ésta investigación se limita a aquellos sitios cuyo tratamiento, suministro y difusión de contenidos que sean de carácter periodístico e informativo a nivel nacional.

Pero ¿cómo se han desarrollado estos nuevos espacios y medios digitales que ahora podemos visitar en Internet? Los orígenes de estos se remontan a finales de los años 70's, mucho antes de la popularización de Internet. Fue en el año de 1979, en Birmingham, Inglaterra donde surge el primer periódico sobre un soporte electrónico, su nombre fue *Viewtel 202*.

Éste periódico era un servicio complementario del diario “*Birmingham Post and Mail*” y mostraba la información del periódico en la pantalla de un televisor normal. El servicio funcionaba a través del sistema llamado *Prestel de Teletexto*, éste enviaba la información a una caja decodificadora que luego transmitía a la TV, con un funcionamiento similar al de la televisión por cable²⁷.

Éste fue uno de los primeros intentos de hacer prensa vía electrónica. Entre la década de los años 70’s y los años 80’s aparecieron otros intentos para enviar información noticiosa vía electrónica, entre estos se encuentran el videotext, el teletexto, el audiotext y el periódico por fax²⁸.

Estos también funcionaron como servicios complementarios de periódicos ya establecidos, la mayoría de estos solo tuvieron cierta popularidad en lugares como Estados Unidos, algunos países europeos como Inglaterra, Francia, Alemania y España y ciertos países del continente asiático.

Con la masificación del Internet en los años 90’s estas formas de difusión perdieron relevancia y la red mundial de información (World Wide Web) se convierte en el nuevo soporte donde aparecerá el periódico digital. En 1993, los periódicos estadounidenses: “*Mercury Century*”, “*The Chicago Tribune*” y “*The Atlanta Constitution*” incluyen determinadas informaciones sin uso de imágenes.

El pionero del periodismo digital fue el diario británico *Daily Telegraph*, que en 1994 lanza su edición digital, *Electronic Telegraph*, con un tratamiento

²⁷ **Diseño y Periodismo Electrónico.** Armentia José Ignacio, Elexgaray Jon, Pérez Juan Carlos. Servicio Editorial. Universidad del País Vasco.1999. Capítulo 10.Pág. 231

²⁸ *Ibíd.* Capítulo 8.

específico de la información para el nuevo formato. Ese mismo año el periódico estadounidense *San José Mercury News* crea una edición digital con información íntegra, convirtiéndose en el primer periódico digital del continente.

En poco tiempo, periódicos y agencias de noticias de todo el mundo empezaron a reconocer las facilidades de operación y ventajas que ofrecía Internet como una herramienta para la difusión de información y no tardaron en sumarse al “*ciberespacio*”, nombre con el que Internet es popularmente llamado.

5.6 Surgimiento de los medios Digitales en El Salvador

Los grandes Medios de Comunicación, así como los periodistas independientes, encontraron en Internet una herramienta que les permitió difundir información rápidamente y sin limitaciones territoriales. Ésta realidad fue notoria a nivel mundial, y los medios de comunicación salvadoreños no quisieron quedar rezagados ante los procesos de cambio durante los años 90's.

En el año de 1995 “*El Diario de Hoy*” realizó pruebas para subir información a la red y en diciembre de ese año publican su edición en línea, a través del sitio www.elsalvador.com, convirtiéndose así en el primer periódico salvadoreño que implementó una publicación tanto impresa como vía digital.

Esto sólo era el comienzo de la era de la información digital en El Salvador, y aunque en sus inicios únicamente marcaba una traslación de la

información del formato impreso al digital, se puede decir que éste fue el primer paso para la formación del periodismo electrónico salvadoreño.

Poco tiempo después de que “El Diario de Hoy” lanzará su edición digital, “*La Prensa Gráfica*” ingresó también al ciberespacio en 1996, con su sitio: www.laprensa.com.sv que después cambio a www.laprensagrafica.com, ambos periódicos considerados como los de mayor difusión en el país.

En 1998 “*Diario El Mundo*” publica su edición digital www.elmundo.com.sv , aunque con limitantes técnicas y humanas. Ese mismo año el “*Diario Co-Latino*” lanza su edición digital, aunque por limitantes financieras no obtuvo la dirección con que funciona actualmente www.diariocolatino.com, hasta el año 2000.

5.7 Nuevos espacios informativo-periodísticos en Internet

Con Internet también han surgido sitios independientes relacionados con el quehacer periodístico. El 25 de abril de 1998 un grupo de periodistas jóvenes con ansias de generar nuevos espacios a la sociedad civil y de llevar a la población un periodismo más veraz, fundan el primer periódico completamente digital en El Salvador: www.elfaro.net, su primera publicación fue el 15 de Mayo de 1998.

Han ido apareciendo otras páginas Web con contenidos informativos-periodísticos, aunque algunas resultan ser más especializados y selectivos para los “*cyber-nautas*”, con un estilo parecido al de una revista. Estos sitios tienden a ser llamados: “e-zines” o revistas electrónicas con un manejo periodístico en sus notas.

Entre estos sitios independientes destacan las revistas electrónicas: www.musica.com.sv, (sitio con más de dos años de existencia y recientemente premiado por una radio local como mejor sitio de música en el país); www.guanamusic.com; www.rocksv.com y www.rockguanaco.com. El objetivo de varios de estos sitios es brindar apoyo a la cultura musical salvadoreña bajo una perspectiva y manejo periodístico en sus notas (**Ver Anexo 4**).

En Internet existen también los llamados “*portales*”. (Entiéndase portal como sinónimo de puente, para referirse a un Sitio Web que sirve o pretende servir como un sitio principal de partida para las personas que se conectan al World Wide Web...) Son sitios que los usuarios tienden a visitar como sitios ancla, con gran reconocimiento en Internet e influencia sobre grandes comunidades.

“La idea es emplear estos portales para localizar la información y los sitios que son de interés y de ahí comenzar la actividad de navegar en Internet. Un Sitio Web no recibe el rango de portal por tratarse de un sitio robusto, importante o por contener información relevante. Un portal es más bien una plataforma de despegue para la navegación en la Web”²⁹.

Hay una gran cantidad de portales que tienden a poseer un contenido específico, generalmente de índole corporativo y/o comercial. Muchos de ellos muestran segmentos con información periodística, a veces comprada de agencias de noticias, aunque algunos poseen equipos de redacción cuya función es generar nueva información a través del tratamiento periodístico.

Aquí se pueden mencionar los diferentes portales temáticos de la Asociación Infocentros, cuya misión es “contribuir al desarrollo nacional a través de la democratización del acceso a las tecnologías de Internet y la generación, publicación e intercambio de información”³⁰.

La Revista Electrónica

²⁹ <http://www.informaticamilenium.com.mx/paginas/espanol/sitioweb.htm#dportal>

³⁰ <http://www.infocentros.org.sv/#> Información Institucional de Infocentros.

¿Qué son las Revistas Electrónicas? Se definen como “...un tipo de publicación periódica con la función de hacer una revisión del acontecer informacional en un determinado período de tiempo a través de Internet... con las características de proporcionar información multimedia, por lo que organiza y presenta la información de manera hipertextual y sistemática...La participación interactiva del usuario con la información, llegando, incluso, a ser colaborador de la revista, es la característica más innovadora”³¹.

Las revistas electrónicas en El Salvador resultan ser bastante recientes y comienzan a ganar audiencia entre los “cyber-nautas”, llegando a sustituir parcialmente a las revistas informativas impresas, y a otros medios impresos como el afiche, la hoja volante, secciones de periódicos, entre otros.

A nivel nacional, hay una gran cantidad de jóvenes y adultos jóvenes como usuarios de Internet, esto ha hecho que surjan páginas especializadas en las formas de entretenimiento de éste público, algunos de éstos son espacios con información de eventos, opiniones, artículos, crónicas y en éste caso, enfocados primordialmente al género musical en El Salvador.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

³¹ <http://biblio.iteso.mx/cgi-bin/netforum/revisweb/a/1> ,Concepto de Ing. Corrales Díaz Carlos.

6. PERIODISMO DIGITAL

¿Cuál es el papel del periodismo en las páginas Web con carácter informativo? En una frase “Tratamiento Informativo”. Los contenidos que aporta cierta página Web a sus visitantes provienen de diferentes fuentes en las que el personal o “Staff” de cada página electrónica está encargada de buscar y de darle forma para presentarlo textualmente de manera digital, otorgando un tratamiento informativo a la nota.

Éste tratamiento informativo debería ser desarrollado por periodistas y comunicadores, quienes a diferencia de los profesionales tradicionales de la comunicación, emplean una computadora, no solo para redactar sus notas, sino también para publicarlas. A esta nueva forma de hacer periodismo se le conoce como: “*periodismo digital*”.

La comunicación digital se ha ido desarrollando en la medida que el comunicador moderno conoce y asimila las NTI y las incorpora a su área de trabajo. Esta asimilación de nuevos recursos ha generado ciertos patrones de acción que pueden marcar una diferencia entre el periodismo tradicional y el periodismo digital.

En el caso del “*periodista tradicional*”, que redacta, entrevista y toma notas para plasmarlas de forma impresa, su trabajo no se diferencia en esencia del llamado “*periodista electrónico*”. Los conocimientos técnicos de la carrera

periodística deben ser los mismos, tanto en una como en otra variante profesión; sin embargo, en el desempeño hay cuestiones que las diferencian.

Para comprender mejor el rol del comunicador digital, el periodista español Quim Gil propone algunas ideas sobre el tema en sus apuntes para la cátedra de Periodismo Digital en la Universitat Oberta de Catalunya, donde plantea algunas características que definen y diferencian las rutinas de trabajo entre un “*comunicador tradicional o análogo*”, como él lo llama, y el comunicador digital³²:

Rutinas con respecto a las fuentes	
Comunicación "análoga"	Comunicación "digital"
El comunicador clásico posee escasas, pero confiables bases	El comunicador digital debe de filtrar la información dado la

³² <http://www.zocalo.cl/ratonera/tesis/cap3.htm>

de información ya establecidos como Ministerios, Tribunales, etc.	saturación de fuentes con las que se cuenta y comprobar su confiabilidad.
Todas las fuentes obtenidas se guardan para sí mismo. Las utiliza, pero no puede ponerlas a disposición del público.	Ofrece a su clientela el acceso a todas las fuentes originales que demuestren o complementen sus contenidos, ampliando la información si se desea.
El valor de la fuente es incuestionable, pues sólo el comunicador puede acceder a ella.	Las fuentes son accesibles a cualquiera, dependerá del orden de los enlaces y los comentarios para cada uno por parte del comunicador, dando al lector las claves de contextualización de esa información.
Se trabaja según la pauta creada por el comunicador, editor y/o director. En cualquier caso, no la del receptor.	Existe una personalización de contenidos, el comunicador digital realiza consultas a las fuentes por petición de los lectores/ usuarios.
Se trabaja con base a una pauta que se sigue a rajatabla. Sólo cambia si el hecho noticioso es muy importante.	La pauta es menos rígida. Sólo se reseñan temas importantes y el resto dependerá de lo que suceda en el día.

Rutinas con respecto a los destinatarios de la información.	
Comunicación "análoga"	Comunicación "digital"
Se trabaja para un formato específico: texto, sonido o imágenes.	Se trabaja la información para ser publicada bajo cualquier formato: sonido, texto, o imágenes.

Produce contenidos genéricos, dirigidos a su "público objetivo" que en realidad no conoce.	Produce contenidos genéricos y específicos para un público que es identificado tanto por medio de la tecnología, como por las peticiones que realiza directamente al medio
Está sujeto a limitaciones técnicas específicas. Una vez aprendidas, se repite un modelo.	Está sujeto a limitaciones técnicas múltiples, pues debe lidiar con distintos browsers, sistemas operativos, etc. Por ello debe producir pensando que el contenido podrá ser presentado de distintas formas.
Una vez aprendidas las técnicas, se repite el modelo establecido.	Debe adaptarse a los cambios que se hagan en el sitio. Debe estar preparado para adaptarse a nuevas exigencias y nuevos criterios técnicos.
No cuenta con recursos de interacción con sus usuarios para llegar a conocer mejor sus exigencias	Satisface las exigencias de la comunidad digital, administrando los recursos de interacción que cuenta, Foros, E-Mails etc.

Rutinas con respecto al medio.	
Comunicación "análoga"	Comunicación "digital"
Se trabaja pensando en un solo soporte. La producción del contenido se realiza en cadena, de forma compartimentada.	Se trabaja en equipo y en red mucho más integrado con una perspectiva multimedia, atendiendo elementos como

	diseño de interfaz, estructura de contenidos, integración de textos, imágenes, sonido, programas, etc
Tiene horario de cierre y tiempo extra para dejar en "reposo" una noticia antes de ser publicada.	La Red es un medio de publicación instantánea. En teoría, se publica según ocurra el hecho noticioso.
Su identidad no es puesta en duda.	El comunicador digital certifica su propia hacia su clientela.
El medio es lineal. Por lo tanto se entrega información estandarizada.	La Red es hipertextual, multilineal. El comunicador digital saca provecho de las estructuras de información para ofrecer contenidos personalizados, flexibles, ampliables, actualizables e interactivos.
Su capacidad de contextualizar la información está limitada al espacio o al tiempo del soporte que utiliza.	El hipertexto y el almacenamiento digital de la información permite un rápido acceso a contenidos antiguos. Así es posible contextualizar información, ofrecer "backgrounds" (tema preparatorios), utilizar archivos y hacer público el acceso a bases de datos en estado puro.
Los contenidos son locales, por lo que la barrera lingüística no es problema.	La Red es mundial, lo que implica que las posibles audiencias son multiculturales y multilingües. Cada medio digital opta por trabajar sobre una audiencia determinada.

Rutinas con respecto a los contenidos.	
Comunicación "análoga"	Comunicación "digital"
El editor de área y el editor general decide qué se publicará.	Muchas veces, por la premura, es el periodista quien decide qué y cómo se publicará.
El flujo informativo de la radio y la televisión, que es sustitutivo de las informaciones previas. Así, el periodista no debe preocuparse de lo publicado o emitido anteriormente.	El flujo informativo de un medio digital es acumulativo, por lo que debe preocuparse que las noticias antiguas no se repitan con las actuales. Una opción es ampliar las noticias viejas con las informaciones nuevas.
Se vive en un eterno "ahora", y los contenidos lo reflejan.	La vigencia de los contenidos están explícitamente relacionados con su fecha (y hora) de emisión.
La actualidad es el valor máximo.	En la Red la actualidad pierde valor específico frente a la profundización, contextualización e interpretación de ella.

6.1 El Comunicador ante los Medios Digitales

La formación profesional de los comunicadores ha cambiado desde el surgimiento de las Nuevas Tecnologías de la Información (NTI). En universidades que se especializan en preparar a los futuros comunicadores se empleaba una práctica de tipo análoga para fotografía, TV, radio, etc. Con la

llegada de las nuevas tecnologías estos han sido actualizados al formato digital: cámaras de televisión digitales, software para ediciones digitales, etc.

Bajo esta lógica, resultaría poco probable que la práctica periodística no fuera alcanzada por las transformaciones tecnológicas. Ahora existen los medios digitales a los que, como ya se mencionó, se accede principalmente a través de Internet, convirtiéndose éste en una nueva herramienta que el comunicador puede ocupar para la transmisión de material informativo.

Hay que tener en cuenta que el uso de Internet como un nuevo instrumento periodístico no implica dejar a un lado los fundamentos tradicionales del mismo, sino que se añade el conocimiento y empleo de las NTI con las que ahora se cuenta y se adaptan al ejercicio de la profesión.

“Si aceptamos que Internet efectivamente representa la columna vertebral de la sociedad de la información y el conocimiento, la asignatura pendiente es procurar la efectiva masificación...con el propósito de que ampliar capas de la sociedad disfruten de los beneficios que supone la sociedad de la información” ³³.

Internet ha sido y seguirá siendo un tema amplio de discusión sobre si es o no un medio de comunicación (MCS). Tanto comunicólogos, profesionales

³³ <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc84/internet.html> “Internet: Piedra angular de la sociedad de la información. Octavio Islas y Fernando Gutiérrez

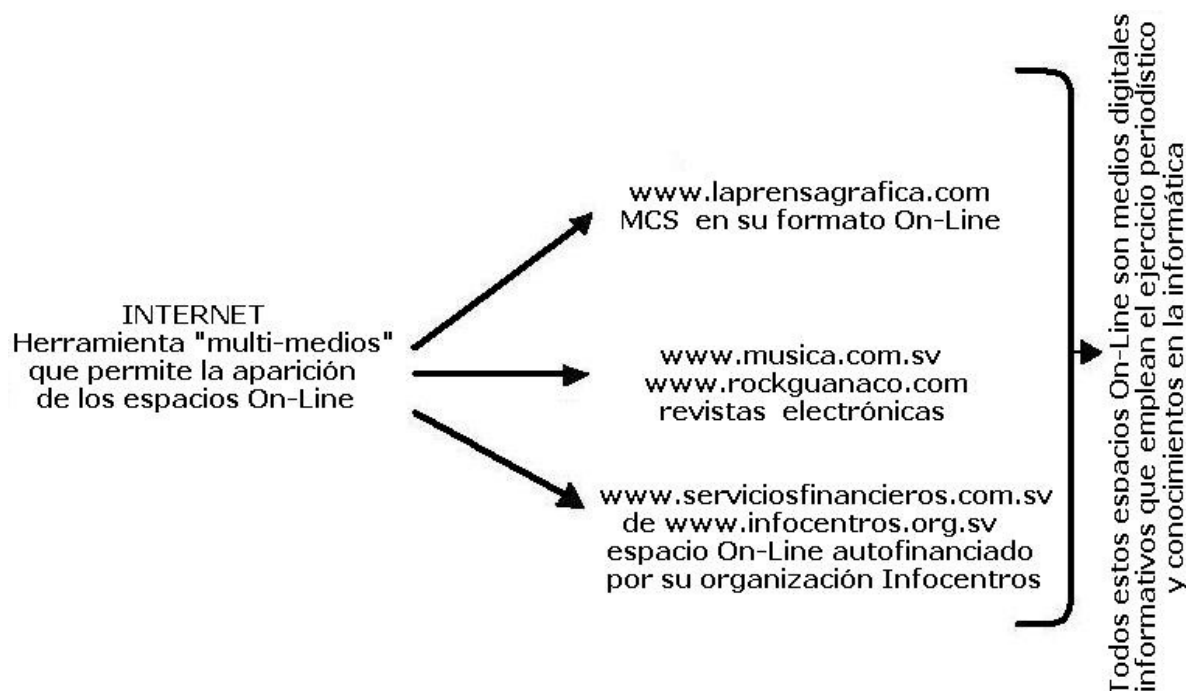
y estudiantes reconocen en artículos de opinión, foros, etc. que las características básicas que definen a un MCS están presentes en Internet, e incluso integra las funciones de los otros medios. (Video, audio, texto, fotografía, etc.)

Pero, ¿Hasta qué punto puede considerarse a Internet como un MCS? Una de las diferencias más palpables es el hecho de que un MCS es una organización física en el que laboran personas especializadas con el fin de comunicar algo, mientras que Internet es, en términos de la informática, una red virtual y mundial a disposición y uso para cualquiera que posea una computadora.

De hecho, los mismos MCS ya existentes utilizan Internet para crear versiones complementarias de sí mismos, por lo que no puede ser considerado uno de ellos, sino mas bien se constituye en una herramienta para el mejoramiento de los medios ya establecidos. Esto es un ejemplo de cómo Internet le sirve a los medios tradicionales para aumentar su alcance a nuevas audiencias.

Pero Internet no solo se encuentra a disposición de los MCS, Internet es una red mundial abierta, no posee un dueño, ni regulaciones definidas. No se identificaría un solo emisor, sino millones de emisores y receptores que interactúan y utilizan funciones como chats, foros de discusión y sitios web para transmitir información y expresar ideas libremente.

El siguiente esquema muestra el papel de Internet como intermediario o herramienta para la aparición de sitios informativos periodísticos en los que se ha enfocado la investigación:



A pesar de que el número de usuarios aún es muy bajo en la sociedad, (como la salvadoreña por ejemplo) con los años se espera que Internet tenga tanta presencia como los teléfonos en el hogar. A largo plazo, los especialistas de las comunicaciones verán a Internet como parte importante para la realización de su trabajo.

Eso no significa que Internet llegue a desplazar a los medios de comunicación, sino más bien los complementa. Roberto Díaz, periodista del sitio www.musica.com.sv y de la versión Internet de La Prensa Gráfica opina al respecto:

“... La edición Web va ganando espacio cada día, pero de que venga a suplantar a la edición gráfica eso yo no lo veo posible, es como que digas que

los libros van a dejar de existir, parece un ejemplo un poco radical, pero yo si lo veo bien difícil eso y para mí que se perderían muchas cosas, se pueden ganar otras”³⁴.

Internet es, sin embargo, una herramienta muy útil tanto para las comunicaciones en general, como para los usuarios, debido a sus múltiples funciones. Tener una computadora conectada a Internet crea mayores beneficios para los medios de comunicación (radio, televisión prensa, etc.), pues se cortan las distancias a nivel global. “Su aceptación y presencia crea nuevos esquemas para llegar a una globalización más digital”³⁵.

Resulta ser muy importante para los comunicadores el enterarse de éstos cambios para aprovechar las nuevas formas de hacer llegar flujos de información de mejor calidad a una sociedad que poco a poco se transforma gracias a la tecnificación. Una de las mejores formas de llegar a éste público más tecnificado es teniendo presencia en la red (world wide web).

Para esto, los profesionales de la comunicación, periodistas deben tener un criterio más amplio en su preparación para poder familiarizarse con las llamadas NTI y las formas de establecer una mejor comunicación a través de ellas.

Guillermo Funes, redactor para la revista electrónica www.rockguanaco.com y estudiante de periodismo en la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, hace referencia a lo anterior al decir

³⁴ Entrevista con Roberto Díaz, www.musica.com.sv

³⁵ Sociedad de la información e Internet, página 149 y 150

que: “No se escribe igual en Internet que en la prensa escrita o periódicos, tampoco en radio y televisión, cada medio de comunicación es diferente”³⁶.

Para ejercer el periodismo digital es necesario tener un conocimiento y manejo de los paquetes (software) que se emplean para trabajar en un sitio Web. Marcela Fonseca, administradora de información del portal: www.serviciosfinancieros.com.sv de Asociación Infocentros, sostiene que ésta es una diferencia entre el periodismo normal y el periodismo digital:

“...Lo que hacemos nosotros es buscar el contenido y luego buscar las imágenes...nosotros también usamos nuestro propio software, para mí (los que quieran ejercer en esta área) lo que necesitan es especializarse en el manejo de software”³⁷.

6.2 Diferencias entre Medios Digitales y los Medios Tradicionales

Nuevos espacios en la Web van apareciendo constantemente con objeto de solventar aquellas necesidades de información de los usuarios, las formas de expresarse pueden incluso cambiar cuando se comparan con los medios de comunicación tradicionales. Sitios independientes expresan formas de opinión que, dependiendo de la ideología, difícilmente aparecerían en los grandes medios.

Guillermo Funes de www.rockguanaco.com señala: *“La ventaja del Internet es la independencia, en nuestro medio (en el contexto salvadoreño) los*

³⁶ Entrevista con Guillermo Funes, www.rockguanaco.com

³⁷ Entrevista con María Marcela Fonseca, www.infocentros.org.sv

medios son parcializados y son empresas que tienen vocación empresarial y no periodística, y todos los que están en periodismo lo saben. “

“...Al menos para nosotros, se hace independencia en (la medida) que escribas como querrás, lo que querrás. Sí se mantiene una organización periodística, porque sí hay un editor en el sitio, en este equipo hay quien se encarga de la edición de texto; pero sos libre de escribir las cosas...”³⁸.

La naturaleza abierta e incluso anárquica de Internet, permite que el creador de cualquier sitio maneje la información como desee. La credibilidad del medio dependerá, entonces de la responsabilidad con que se maneje la información.

Algo que ningún otro medio de comunicación (Radio, Televisión, Prensa, etc.) ha logrado totalmente es el nivel de interacción que poseen los usuarios de Internet con los sitios que visitan, pues los medios digitales pueden establecer una comunicación bi-direccional, que incluso puede marcar la pauta del medio.

Lo mismo ocurre para las revistas digitales. Roberto Díaz, editor de www.musica.com.sv lo ratifica al afirmar que el trabajo del sitio fue aumentando por la misma solicitud de los visitantes, quienes pedían información más amplia y diversa sobre los diferentes géneros y grupos musicales hechos en El Salvador.

³⁸ Entrevista con Guillermo Funes, www.rockguanaco.com

Guillermo Funes de www.rockguanaco.com sostiene que ésta interacción, no solo es benéfica porque ayuda a conocer lo que el público desea ver, sino porque permite una retroalimentación e incluso una discusión de ideas participativas entre el público lector y el redactor de una nota.

Además de permitir una mayor comunicación con el público, Internet también tiene valor por ser una herramienta multi-medios, es decir, que representa de forma digital, y con ciertas diferencias, a todos los medios de comunicación.

Para comprender mejor las diferencias entre los MCS y cómo se expresan a través de Internet se presentan de la siguiente manera:

- **Diferencias entre el medio escrito y su edición digital.**

Las diferencias más palpables son la instantaneidad, el espacio y el costo. Primero está la Instantaneidad con que se presentan las notas. El uso de Software que permiten la rapidez de bajar la información y recibir las notas con que se cubren para su edición final en un sitio Web, resulta ser un procedimiento más corto que el empleado en un medio impreso, por ejemplo.

En medios como periódicos y revistas, se investiga, se cubre la información, se redactan notas, estas son editadas y aprobadas y se mandan

a la máquina que imprime los miles de ejemplares que luego son distribuidas, haciendo perder lo reciente que puede llegar a ser una nota. Esto sin tomar en cuenta que se maneja una publicación para determinado período (un día, cada semana, cada mes, etc.).

Luego está el espacio con el que se cuenta. En Internet no hay límite de páginas; sin embargo, se debe tomar en cuenta que los hábitos de lectura del público en Internet tienden a ser diferentes que cuando se lee en papel. Esto se debe en parte al mayor desgaste visual que requiere estar frente al monitor y a la gran predominancia de imágenes sobre el texto.

“...Es más cansado leer en Internet que en la prensa escrita. La gente no te va a estar leyendo cuatro páginas en Internet... o cuestiones de espacio, o de que la letra muy junta, entonces tener que hacer que el hipertexto algo resumido y concreto, sencillo, saber usar oraciones simples para que la gente entienda fácil y que no estés leyendo puro testamento “³⁹”.

El número de páginas, y el poder hacer todo un sitio en Internet con diferentes enlaces o “links”, que permitan ampliar la lectura y hacerlos a “full color” nos lleva a la tercera diferencia: el costo. En un medio impreso los costos de impresión están presentes, las grandes cantidades de papel, las tintas a color, el empleo de personal de imprenta, etc. lo hacen ser más costoso en comparación a una edición Web, ya que todo ahí es virtual.

³⁹ Entrevista con Guillermo Funes www.rockguanaco.com

Finalmente, tanto una edición gráfica como una edición digital manejan su propia “hoja de estilo”. Vale recalcar que se está utilizando la concepción periodística de este término, y que hace referencia al número de columnas, párrafos, líneas y espacios para una publicación y no al término de “*Hoja de Estilo en Cascada*” (Cascading Style Sheets, CSS) empleado en el diseño de sitios web.⁴⁰

Para Internet por ejemplo, el número de columnas de texto es menor al del medio impreso, para evitar cansancio en la vista. La forma en que se redacta es aún más resumida en Internet que en el medio escrito, y en algunos casos, se maneja un lenguaje más coloquial, todo dependerá del estilo del sitio Web y del público a quien va dirigido.

- **Diferencias entre el medio radial y su edición digital.**

La Radio, el medio de comunicación más antiguo después de la prensa escrita, ya puede darse a expresar a través de Internet. Hoy en día, muchas radioestaciones tienen su sitio oficial donde se tiene acceso a otras funciones que la diferencian del medio radial además de presentar su programación regular.

Primero está la interacción en línea, tanto con los locutores como con otros radioescuchas. Las esperas en línea para hacer una llamada telefónica

⁴⁰ Wikipedia. Enciclopedia de Internet <http://es.wikipedia.org/wiki/CSS>

ya no se hacen presentes al momento de querer dar una opinión, comentario, un saludo o simplemente para solicitar alguna canción.

Además, da la oportunidad a la radio de expandirse tanto auditiva como visualmente a través de la red. Mientras se escucha la transmisión de la emisora se pueden encontrar un sinnúmero de datos e información que le puede ser útil para la audiencia como las canciones que desea tener, (los famosos “mp3”) datos sobre sus grupos favoritos, etc.

Además de esto, Internet provee una calidad de audio en señal estéreo superior a las emisiones transmitidas desde las antenas y que luego son recibidas en los radioreceptores, estas señales son conocidas como emisiones de onda media⁴¹ (emisoras que se sintonizan con receptores AM y FM). Pero al compararlos económicamente, es más barato tener un aparato reproductor o un pequeño radio que una computadora con acceso a Internet.

En aspectos de alcance en radioemisoras, Internet permite tener a disponibilidad todas las radioemisoras a nivel mundial, incluyendo aquellas que solo tengan presencia en la red, consultar diferentes programaciones e información en la programación de otras emisoras resulta ser una gran ventaja en comparación a las radioestaciones nacionales.

⁴¹ Montesinos, Antonio, “Sociedad de la información e Internet”, pág. 81 Publicaciones Madrid: San Pablo 1999

- **Diferencias entre el medio televisivo y su edición digital.**

...“voy a conectarme a Internet para ver tele”, es una expresión que aunque en nuestro país aún es extraña, ya es una realidad. Las primeras cadenas televisivas en entrar a Internet fueron las estadounidenses, poco a poco otras cadenas se le han ido agregando su programación regular en sitios Web a disponibilidad del Cyber-nauta.

La diferencia más marcada es el hecho que quien se encuentra en la computadora conectado puede ver, en cuestión de segundos, la programación que se le plazca y crearla según sus gustos. Si por ejemplo desea ver el episodio No.5 de una serie de televisión, fácilmente puede entrar a la página que maneja su programación y descargar el archivo de video sin importar la hora.

Además de esto un usuario de Internet puede darse el lujo de “ver” programas, películas, series, documentales que no entran en la programación normal, pero a los que puede acceder desde un buscador o entrando a las páginas de las productoras u otros sitios especializados que se encuentran en la Web.

La diferencia entre Internet y todos los medios de comunicación en general es: *la información personalizada*. Marcela Fonseca de www.serviciosfinancieros.org.sv de Asociación Infocentros refuerza esto al describir cómo los múltiples servicios de su portal sirven a necesidades individuales de sus usuarios.

Además el Cyber-nauta tiene la libertad de ver la información que le plazca en el momento que desee, y apoyarla por otros contenidos relacionados a los que puede acceder con un “Vinculo” o “Link” dentro de la misma página. Este es un enlace dentro del documento en red que puede ser textual o gráfico y que nos permite como enlace a otro documento.

Guillermo Funes de www.rockguanaco.com recalca la importancia de éstas bondades que posee Internet: “...algo muy importante en los sitios de Internet son los hipervínculos. Si estoy escribiendo algo acerca del Jazz puedo hacer un “*Link*” con sitios de Jazz Cubano o sitios de Jazz Puertorriqueño, Americanos o sitios que tienen historia del Jazz, ahí ya te abre una variedad de información que está desde mi página...”⁴².

⁴² Entrevista con Guillermo Funes www.rockguanaco.com

7. Los soportes tecnológicos de los sitios electrónicos

7.1 Sistemas de Seguridad

Todo sitio electrónico maneja su propio sistema de seguridad para el mantenimiento, manejo y suministro de información utilizada. Los medios informativos digitales no son la excepción; sin embargo, ésta es un área que, según lo expresado por representantes entrevistados de los sitios estudiados, queda a cargo de un equipo técnico especializado, que al menos en estos casos, no intervienen en el contenido informativo del medio en Web.

Eso sucede en los diversos portales de www.infocentros.org.sv, ya que cuentan con su propio departamento de programadores encargados para el área del mantenimiento y diseño de sus sitios Web. El sitio www.rockguanacos.com que funciona bajo patrocinio de empresa Boxes Media S.A. tiene un equipo técnico de esa compañía encargada de esta área.

Situación similar ocurre en www.musica.com.sv, donde éste trabajo es desempeñado por personal del área técnica de la empresa que los patrocina: G. PREMPER S.A. de C.V. Obteniendo una forma de organigrama dedicada únicamente al área de periodismo, redacción y edición final para el sitio Web.

En el área de Internet de La Prensa Gráfica, www.laprensagrafica.com también cuenta con personal para esta área. En este medio laboran 2 diseñadores gráficos, un programador y un jefe de informática, como encargados del diseño y el soporte técnico de la versión en red de este periódico salvadoreño.

En el área gráfica de www.laprensagrafica.com, se utiliza el sistema operativo OS de Macintosh. Esta compañía ha tenido un alto grado de desarrollo de programas especializados en el tratamiento y creación de imágenes, además los componentes de sus máquinas permiten una alta fidelidad de color entre la pantalla y objetos reales, lo que lo hace conveniente además de la estabilidad de su sistema.

El personal de www.rockguanaco.com y www.musica.com.sv manifestó que ellos trabajan con plataformas compatibles para el sistema operativo Windows. Marcela Fonseca de la Asociación Infocentros al ser consultada sobre esta área manifestó:

“Para Servicios de Infocentros se utiliza “Mysql” que es la base de datos. En el caso de las contraseñas, trae su rutina y lo que son otro tipo de datos es un lenguaje cifrado. Además de los firewall tanto en software como en hardware y la seguridad que trae el Apache....”⁴³

⁴³ Datos proporcionados por www.infcentros.org.sv

A continuación se presenta una definición de los diferentes programas y sistemas operativos que la Asociación Infocentros utiliza para el mantenimiento, manejo y seguridad de sus sitios web, incluyendo el portal de Servicios Financieros:

SQL (Structured Query Language). Es un estándar en el lenguaje de acceso a bases de datos. Originalmente, era un lenguaje de acceso al sistema de gestión de bases de datos denominado DB2 en plataformas 390 de IBM. En la actualidad está adoptado por ISO

MySQL. El software MySQL proporciona un servidor de base de datos SQL (Structured Query Language) veloz, multi-hilo, multiusuario y robusto. El servidor está proyectado tanto para sistemas críticos en producción soportando intensas cargas de trabajo como para empotrarse en sistemas de desarrollo masivo de software.

Apache. Servidor de Internet que corre bajo la plataforma Linux, el cual fue desarrollado en 1995 y que en la actualidad acapara gran parte del mercado de servidores HTTP.

Firewall (corta fuegos). Se denomina así al sistema de seguridad que se coloca entre la red local e Internet, de esta manera la empresa o compañía regulará completamente toda la comunicación hacia Internet estableciendo sus

políticas de seguridad. En ocasiones este sistema incorpora autenticación de usuarios entre otras cosas.

Además de los firewall o “cortafuegos”, que son unas de las herramientas de seguridad más populares para Internet, también existe otro protocolo de seguridad muy utilizado: el Secure Socket Layer (SSL) considerado por muchos como uno de los protocolos más seguros, económicos y ampliamente recomendados. Usado principalmente en bancos y compañías de tarjetas de crédito⁴⁴.

7.2 Programas de Edición y Publicación

Para elaborar y publicar los sitios web se utiliza la función de HTML o Lenguaje de Marcado de Hipertexto. Con HTML se desarrollan la mayoría de las páginas que se visualizan en Internet y admite elementos de hipertexto y multimedia entre otras cosas.

El Hipertexto es un documento que reúne imágenes, textos, sonidos o vídeos relacionados entre sí por medio de enlaces, de tal modo que al señalar una palabra o gráfico se pasa de uno a otro. La World Wide Web es una forma de usar Internet por medio de hipertextos conectados entre sí.

En principio, con cualquier procesador de textos como Word, o incluso el sencillo Notepad de Windows, se puede crear un documento HTML. Ahora bien, el proceso de componer una página de HTML puede ser tedioso y largo,

⁴⁴ Aguilar Cabrera, Patricia, “La importancia del comercio electrónico para la realización de negocios en la empresa salvadoreña, pág. 19

además de que precisa del uso y recordación de diferentes códigos (tags) y sus oportunas normas de colocación (sintaxis).

En todo este proceso hay que imaginar como va a quedar la página una vez terminada, ya que no se edita de modo visual. Esta manera de trabajar no es la más adecuada para diseñar. Para mejorar este proceso creativo surgieron nuevos programas llamados editores de HTML o editores de páginas web.

Estos editores permiten trabajar en un modo visual, más cercano a un entorno denominado WYSWYG (What You See is What You Get, que significa en español "*Lo Que Ves, es Lo Que Tienes*"), típico de otros programas de diseño y maquetación de documentos. Todas las páginas de carácter periodístico informativo que se estudian en este documento son creadas con uno de estos editores: Dreamweaver de la compañía Macromedia, el cual fue uno de los primeros editores de HTML

En la actualidad, existen otros editores de páginas web, pero sin duda es Dreamweaver el que ocupa la posición de liderazgo actualmente. Se pueden crear páginas web sin tener que preocuparse por el código HTML, ni recordar todos los "tags" necesarios para componer la página o tener que previsualizar mentalmente cual será el resultado compositivo del documento final.

De esta manera, crear un documento HTML se convierte en una tarea menos parecida a programar y más parecida a maquetar, tal y como se haría

en un programa de maquetación tradicional como puede ser QuarkXpress o Pagemaker, muy utilizados para la diagramación de periódicos y revistas.

En resumen, se puede decir que Dreamweaver es un programa de "maquetación" de páginas web, salvando las lógicas distancias que lo separan de un programa de maquetación normal. Entre sus múltiples herramientas destaca la creación de plantillas o "templates" que permiten mantener y modificar la apariencia completa de un sitio modificando un solo documento.

A parte de sus múltiples herramientas de diseño y composición se han añadido otras opciones que permiten realizar la gestión de un sitio completo, como puede ser el cliente FTP incluido en Dreamweaver, el cual se utiliza en los sitios web de la presente investigación.

El FTP, es un Protocolo de Transferencia de Archivos el cual cuenta con su servidor para clientes bajo el mismo formato. A través de éste protocolo, el FTP se utiliza, ya sea, para almacenar y acceder información de los archivos de un ordenador y los servidores de aplicaciones solo tecleando un nombre de usuario y una contraseña.

Para el comunicador que desee incursionar en el manejo de sitios informativos en Internet sería vital aprender a manejar un editor de páginas web como Dreamweaver, pues no solo sirve para la composición, sino que es una herramienta que permite la gestión y desarrollo de sitios web completos.

7.3 Costos de Producción

Se ha afirmado que una de las grandes ventajas que ofrece Internet para la difusión de información, son los bajos costos de producción que implica hacer un sitio Web, a pesar de que esto es cierto, el interesado en publicar en red su propia página, debe tener en cuenta que pagará varios servicios para que esto sea posible.

- Nombres de Dominio y Hospedaje del Sitio (Hosting)

Los costos del nombre de dominio son muy variables, hay que empezar diciendo que para registrar un nombre de dominio el interesado puede hacerlo en El Salvador o comprarlo en línea con cualquiera de las miles de empresas que hay en Internet dedicadas a esto.

En nuestro país existe una entidad encargada de asignar y registrar todos los nombres de dominio con sufijo “.SV” (identificación en Internet de El Salvador), este es el Centro de Información de Redes de El Salvador, quienes también se identifican por el nombre de SVnet. (www.svnet.org.sv)

Anteriormente para el registro de un nombre de dominio con sufijo .SV, (por ejemplo: www.sunombre.com.sv, www.organización.org.sv etc.) no se incurría en ningún gasto, pero a partir de enero de 2004 SVnet empezó a cobrar una cuota de \$25.00 anuales a nombres de dominio ya registrados y a nombres por registrar.

La persona o institución interesada en obtener un nombre de dominio con sufijo .SV puede pagar más de un año y así la tarifa es menor. Esta es la tabla de precios que SVnet utiliza para el registro de nombres dominio:

Años pagados de una vez	Precio por dominio (US \$)
1	\$ 25
2	\$ 45
3	\$ 65
4	\$ 80
5	\$ 100

Si no se está interesado en obtener un nombre de dominio con sufijo .SV este se puede registrar con cualquier compañía nacional o extranjera que ofrezca este servicio. Muchas compañías extranjeras permiten que esta transacción sea hecha directamente a través de su sitio en Internet y los precios tienden a variar desde \$4.95 anual hasta los \$35.00 anuales

También existen compañías que ofrecen planes que incorporan el pago del nombre de dominio y del hospedaje en su servidor en la misma tarifa. Los precios tienden a variar dependiendo de los servicios que se ofrezcan. Si un sitio necesita utilizar en gran medida servicios como correo y comercio electrónico, transferencia de datos, base de datos etc., mayor será la tarifa anual que se cancelará.

Por ejemplo, la compañía salvadoreña-americana www.intersal.com cobra una tarifa de \$320.00 por dos años de servicio completo de hospedaje y

nombre de dominio. Hay que tener en cuenta que este paquete ofrece una gran cantidad de servicios que van desde cuentas propias de correo electrónico, cuenta de servidor FTP para transferir y bajar archivos de la página, hasta la posibilidad de establecer comercio electrónico.

El diseño del sitio puede ser hecho por el interesado en publicar el sitio, por un diseñador contratado o por la misma compañía que ofrece el Hospedaje en el servidor y el nombre de Dominio. www.intersal.com ofrece el servicio de diseño del sitio web desde \$950 e incluyen 6 meses de hospedaje en su servidor.⁴⁵

8. Las desventajas y limitantes de los sitios electrónicos.

Existen las amenazas o problemas para todo aquel que desee crear su propio sitio electrónico. Tal es el caso de los conocidos “virus de computación” e infiltración de “hackers”, que ya se mencionó en puntos anteriores.

Para el caso de los sitios electrónicos independientes, o por lo menos en los sitios investigados, éstos cuentan con empresas y organizaciones que ofrecen un patrocinio y dominio del sitio, lo que incluye la seguridad para este tipo de inconvenientes.

Además de las amenazas de seguridad propias de Internet, los sitios web de contenido informativo también tienen una desventaja en cuestión de subsistencia: “...*Una de las desventajas, es la manera de subsistir, si tienes un*

⁴⁵ Datos obtenidos en www.svnet.org.sv , www.register.com y www.intersal.com

*buen patrocinio vas a subsistir, la estrategia de ventas de nosotros son los visitantes y la publicidad gratis*⁴⁶.

Para que una página genere ingresos económicos se deben buscar patrocinadores y marcas que estén dispuestas a invertir para tener presencia en el sitio, lo que en teoría, dependerá del número de visitantes y el público meta al que se dirige. Para los sitios independientes esto ha resultado ser una misión muy difícil.

*“...Ése es el gran talón de Aquiles de estos medios virtuales, si te das cuenta hay muchas actividades para que tu empresa o tú como persona o tu grupo de amigos tengan una página Web, a las empresas les sirve ahora tener su propia página Web que poner un Banner en un sitio ajeno al de ellos*⁴⁷.

Incluso, la página web de un medio informativo tan grande en El Salvador como La Prensa Gráfica, no es un sitio sostenido por la publicidad en banners y links que se colocan, sino por la compañía propietaria del periódico como tal.

De no ser por el patrocinio de personas y compañías interesadas en desarrollar nuevos espacios informativos, sitios como www.musica.com.sv y www.rockguanaco.com no cubrirían los costos necesarios para mantenerse funcionando, además el contenido informativo de ambos sitios es desarrollado por colaboradores que no cobran por el trabajo realizado.

⁴⁶ Entrevista con Guillermo Funes www.rockguanaco.com

⁴⁷ Entrevista con Roberto Díaz, www.musica.com.sv

9. Los Contenidos de Internet: Formas de protección, Copyright y derechos de autor

Internet ofrece una gran cantidad de información sobre diferentes temas, sin embargo entre ese mar de datos surge una interrogante ¿Quién es el dueño de la información? La responsabilidad de los contenidos publicados por Internet son propios para cada sitio y se considera como dueño al autor individual o institucional de dichos contenidos (texto, gráficos, diseño, etc.).

Muchas de las publicaciones de periódicos por Internet son de uso exclusivo y protegido por la ley contra su uso indebido y plagio, y para efecto de evitar dudas, la información “*Copyright*” se encarga de aclararlo y de advertirlo. El Copyright se encarga de proteger la información tanto textual como todos los elementos del sitio: videos, audio, fotografías, entrevistas, etc.

Pero a pesar de esto, sus leyes son violadas a cada momento y muchos países tienen sus leyes de protección de la información que aún no se expanden al medio electrónico. Por lo tanto, el usuario no debe confiarse de la información de sitios poco veraces y decir: “*Si está en Internet entonces es cierto*”.

Algunos países ya cuentan con *“leyes de protección a la información electrónica”*, incluso existen organizaciones creadas contra el uso ilegal de la información vía digital. Una de las más importantes en el mundo es la BSA (Business Software Alliance), la cual tiene una oficina establecida en el país. Sus informes indican *“que cerca de la mitad de los programas de computadora que se usan en el mundo son pirateados”*⁴⁸.

Los derechos de autor o derechos a la propiedad intelectual, empleados desde años para la protección de obras y publicaciones literarias, plantean algunos retos en el caso de Internet, como la aplicación de leyes a las transmisiones digitales y las medidas a utilizar para proteger los derechos de autor en Internet, por mencionar algunos.

La adaptación de la ley de la propiedad intelectual a Internet, ha hecho que autores con contenidos para Internet presenten distintas posturas en varios países, sobre si el aparato dogmático y legislativo está preparado para asumir ésta nueva realidad tecnológica y social para introducir algún tipo de procedimiento informático legal.

Leo Benavides, Licenciado en derecho de la Universidad de El Salvador y relator de sentencia en el Juzgado Cuarto de Instrucción, afirma que en el país aún no existe ninguna ley específica para Internet que regule o proteja la aparición de sitios web ni tampoco sus contenidos.

⁴⁸ Montesinos, Antonio, *“Sociedad de la información e Internet”*, págs. 95-103 Publicaciones Madrid: San Pablo 1999

Los creadores de estos sitios sólo pueden acogerse a los artículos que se les puedan aplicar en la Ley de Protección a la Propiedad Intelectual, aunque por no ser específica se pueden caer en vacíos relacionados con el área.

La adaptación de la ley de la propiedad intelectual ha hecho que autores con contenidos para Internet presenten distintas posturas en varios países, sobre si el aparato dogmático y legislativo está preparado para asumir ésta nueva realidad tecnológica y social para introducir algún tipo de procedimiento informático legal.

Y aunque definitivamente, Internet es considerado una plataforma global para la comercialización de información, bienes y servicios, muchas de estas situaciones no han sido contempladas y ni siquiera han sido interpretadas en alguna normativa o ley existente.

Los ejemplos más claros a estas situaciones son:

- Si las bibliotecas virtuales son una excepción para la aplicación de los derechos de autor.
- Si los CD's, Disquetes, Mp3 y computadoras constituyen alguna obligación de pago de remuneración por copia privada.
- Considerarse implícito no los contratos de producción del medio digital o recogerse expresamente como una nueva forma de explotación de la obra.

- Y si la Cyber-ocupación atenta contra la propiedad intelectual o es un aprovechamiento a la libertad que posee el uso de contenidos por Internet.

Existe una confrontación acerca de lo que es necesario en Internet “*Copyright vrs. Derechos de Autor*”. Para entender mejor en qué se desempeña cada una se presentan las siguientes características:

1. El sistema de copyright se funda en consideraciones económicas, mientras que el derecho de autor se vincula a derechos de la personalidad.
2. Las personas físicas o jurídicas pueden ser autores del copyright mientras que, en el derecho de autor se vincula la titularidad a la creación, por lo que es un acto de la persona.
3. El reconocimiento legal de los derechos morales del autor en el copyright ha tenido un lento desarrollo en contraposición al derecho de autor, donde son la base del derecho.
4. La fijación en forma material de la obra es esencial en el copyright, siendo no imprescindible en el derecho de autor.
5. En el copyright de obras realizadas para un empresario, funciona la presunción de ser de su titularidad mientras que en el derecho de autor esta no funciona salvo que se establezca expresamente.
6. En los contratos de publicaciones no se recogen muchos detalles bajo el copyright a diferencia de las regulaciones pormenorizadas que suponen los contratos en nuestro derecho.

Para el caso de España, se han analizado casos que se han resuelto en tribunales que constituyen una buena muestra de lo que hoy en día está aconteciendo en la vida judicial española a propósito de Internet y derechos de autor, los casos se dividen en tres tipos:

- Caso: Uso de bases de Datos, el cual puede demandarse y llegar a pagar por daños morales, por enriquecimiento injusto por sus bases de datos y pagos por daños y perjuicios causados **por la reproducción, distribución, reutilización y/o comunicación pública de su base de datos**
- Caso: Apropiación de nombre de Dominio, propiedad industrial y territorial vinculada a las páginas Web, un sistema creado por una organización estadounidense, apoyada también por países europeos: ICANN
- Caso: Plagio de contenidos, donde se sentencian actividades ilícitas en Internet ante los tribunales, que emplean sin autorización los mismos contenidos de sitios oficiales, para ello se interpone una demanda por daños y perjuicios por parte del sitio Web afectado.

Y a pesar de todos estos convenios y demandas interpuestas en los tribunales, siempre persisten casos no presentados que atentan de alguna manera contra los derechos de la propiedad intelectual en el ámbito del Internet y que deben ser consideradas primordialmente por empresas (incluyendo en El Salvador) que operan en esta nueva economía.

De igual manera las canciones u obras musicales que tienen sus dueños y se convierten en melodías para teléfonos móviles sin autorización, autores que están reproduciendo sus obras en formato digital, de tal modo que cuando sean adquiridas por bibliotecas podrían ser copiadas sin control por los usuarios y la digitalización de obras que no tienen derechos de autor vigentes para la distribución libre y gratuita en las bibliotecas virtuales y buscadores, por mencionar algunos ejemplos⁴⁹.

CAPITULO 3

MARCO METODOLÓGICO

10. TIPO DE INVESTIGACIÓN

La investigación presentada, resulta ser un estudio de tipo cualitativo, que busca exponer contenidos con fines analíticos. La naturaleza empleada en ésta investigación es conocida como de "*naturaleza descriptiva*". Veamos cómo se realiza este tipo de trabajo en particular.

Por medio de distintas fuentes de información enfocadas al objeto de estudio, (casos representativos y aplicados en la realidad), se pretende

⁴⁹ Datos obtenidos de <http://www.derecho.com/boletin/articulos/articulo0142.htm>

profundizar en un tema único o muy poco considerado documentalmente, en éste caso se trata de Internet como herramienta para la apertura de nuevos espacios informativos-periodísticos en El Salvador. *“El caso de naturaleza descriptiva suele dar cuenta de un acontecimiento o fenómeno único o excepcional...”*⁵⁰.

Los casos de sitios electrónicos en Internet, requieren ser estudiados analíticamente de forma tanto individual como colectiva para crear una esencia de los contenidos con respecto al tema en cuestión. *“Los casos analíticos persiguen estudiar el funcionamiento de un fenómeno o de una relación entre fenómenos... y suelen disponer de un apartado teórico que encuadra el caso y le dota de significado y relevancia”*.⁵¹

11. FUENTES DE CONSULTA

a. Bibliográfica y Documental

En toda investigación existen cuatro fuentes esenciales de información, entre ellas esta la bibliográfica y documental⁵². Éstos son aquellos materiales escritos que se consideran útiles con respecto al tema de estudio. Los autores de estos documentos son personas expertas en áreas específicas y sus aportes son utilizados como refuerzo al contenido de investigación.

Este refuerzo documental se puede emplear en la investigación, ya sea por citas textuales, valoración de contenido y aplicación directa (ésta puede ser cualitativa, cuantitativa o ambas) en este caso sería la cualitativa. Entre los

⁵⁰ Coller Xavier, Ob. Cit. Pág. 41

⁵¹ Ibíd. Pág. 42

⁵² Coller Xavier, Ob. Cit. Pág. 80

documentos que se consultarán están: Tesis universitarias relacionadas al tema, libros, artículos de opinión, artículos de prensa, sitios en la Web, etc.

12. TÉCNICAS CUALITATIVAS

En las investigaciones cualitativas existen técnicas a emplear que son consideradas variables dentro de las formas de entrevistas y observación, estas son: observación participante, entrevista (la enfocada o estructurada, la grupal, la abierta o no estructurada), técnica “Delphi”, historia de vida y grupos focales⁵³. Para el desarrollo de la investigación se utilizó la técnica de *entrevista abierta*.

a. La Entrevista Abierta

Éste tipo de entrevista es llamada también “*entrevista no estructurada*”. Al aplicar esta técnica el(los) investigador(es) prepara un guión con los puntos claves a abordar en una conversación de carácter relajado con el entrevistado. El investigador usa esos puntos claves como una forma de llegar a contenidos que son de su interés conforme el entrevistado responde a las situaciones planteadas.

Para ello se realizaron los correspondientes contactos con los responsables de algunos sitios Web nacionales dedicados a ésta rama de las comunicaciones. Con la ayuda de un guión de entrevista, se definieron los puntos principales a tratar, y se realizaron entrevistas abiertas para obtener

⁵³ Soriano, Ana María, Folleto para Seminario de Graduación, Universidad Don Bosco. Ciclo II-03, página 22

información de quienes crean o laboran en estos espacios informativos en el país (el staff de cada página electrónica).

Las páginas electrónicas a las que se enfocó la investigación son: www.musica.com.sv, www.rockguanaco.com, www.infocentro.org.sv y www.laprensagrafica.com, todo con el fin de *“permitir obtener información mediante una conversación con expertos para un estudio analítico de investigación, contribuir en diagnósticos o tratamientos sociales”*⁵⁴.

b. Triangulación de la información

La triangulación de la información es una herramienta que permite sacar conclusiones de una investigación. Básicamente, las fuentes de información empleadas (entrevistas y los documentos relacionados al tema) son expuestos a análisis y comparación entre ellos para obtener una interpretación final que permita hacer un planteamiento teórico válido y reforzado del tema a investigar.

⁵⁴ Soriano, Ana María, Folleto para Seminario de Graduación, Universidad Don Bosco. Ciclo II-03. Pág.23 y 24



CAPITULO 4

TRABAJO DE CAMPO

13. Los medios impresos adoptan el formato digital:

www.laprensagrafica.com

A pesar de que en el país no se tiene tanta presencia de Internet, éste va ganando su espacio a un ritmo prometedor. **(Ver Anexo del PNUD)** y

aunque el mercado que se alcanza es pequeño, este ya empieza a ser cubierto con el apareamiento de los ya mencionados espacios informativos salvadoreños. Éstos están a disposición de una cantidad creciente de usuarios, tanto dentro como fuera del país.

Poco a poco, las NTI van ganando adeptos en la sociedad. *“...El Internet en el país está virgen, y si la gente es inteligente va a hacer dinero en esto, (hay que) enfrentarlo ahorita para que esto cambie. Por el mismo consumismo los precios van a ir mejorando conforme la demanda y la necesidad de la gente por tecnología”⁵⁵.*

Dado que los usuarios de Internet son complacidos con sitios informativos hechos en el país, los grandes medios no se podían quedar atrás, abriendo sus propios sitios oficiales en la red cubriendo con objeto de cubrir al público que navega por Internet.

De hecho, fueron éstos los que dieron la iniciativa para que otros comunicadores y periodistas crearan sus propios sitios en la red. Actualmente, los medios de comunicación que más tienen presencia en Internet son la prensa escrita e incluso las radios.

Es la prensa escrita la que de momento sobresale, en cuanto a información periodística se refiere, tal es el caso de El Diario de Hoy y su sitio

⁵⁵ Entrevista con Guillermo Funes www.rockguanaco.com

Web www.elsalvador.com y La Prensa Gráfica con su sitio Web www.laprensagrafica.com, considerados como los dos periódicos más populares y de mayor circulación.

El sitio electrónico www.laprensagrafica.com, resulta ser uno de los sitios periodísticos a los que se enfoca esta investigación. Este inició sus labores en el año de 1996 con la dirección www.laprensa.com.sv, que luego fue cambiado por la actual. Al principio solo se transcribían las notas informativas importantes de la edición escrita a la edición digital, pero no otras secciones.

El ejercicio del periodismo digital, entendido como la práctica periodística exclusiva para Internet, se dio a partir de los terremotos del 2001, pues surgió la necesidad de informar con inmediatez sobre todo lo que ocurría en el país en ese momento.

Esto dio paso a lo que el periodista de www.laprensagrafica.com, Juan José López llama el “boom” del Internet en El Salvador, que permitió que La Prensa Gráfica se convirtiera en un espacio más amplio y completo para la difusión de la información, las demás secciones fueron agregadas y se asignó gente encargada únicamente de esta área

El sitio Web maneja casi en su totalidad la misma redacción que el de su formato impreso, por lo que sus actualizaciones son diarias, esto con objeto de

cubrir tanto a sus lectores que compran el periódico como los que navegan en la red y que a diferencia de la edición impresa que solo cubre el territorio nacional, su edición digital llega a cubrir también a lectores fuera del país, por lo que se le considera una forma de complementar la cobertura de su edición gráfica.

Su aceptación ha sido reconocida, llegando a tener un promedio de 30 mil usuarios que cada día acceden al sitio Web. Y debido a la gran demanda de visitas, han aumentado de dos personas con la que empezaron a ocho, quienes trabajan directamente con el sitio electrónico, entre ellos hay un diseñador, un programador, armadores, una jefa de informática, un foto redactor y redactores entre otros.

Y al igual que los requisitos para el departamento de redacción para la edición impresa, se necesita de un conocimiento en el tratamiento periodístico, de las notas a difundir en el sitio Web, con la diferencia en que a esto se le añaden, el manejo de programas de informática o “softwares” para subir la información que requiere ser editada⁵⁶.

14. Los medios digitales y nuevas áreas de trabajo: www.infocentros.org.sv

⁵⁶ Datos obtenidos de la Tesis: “Periodismo Digital en El Salvador” pags 42-45

Con objeto de brindar a los salvadoreños que navegan en Internet informaciones bancarias, pensiones, seguros y sobre la bolsa de valores, surge el portal www.serviciosfinancieros.com.sv, perteneciente a la Asociación Infocentros.

Este portal, a diferencia de los otros sitios investigados, es autofinanciado y brinda información especializada en temas financieros. Además busca asesorar a sus visitantes para que aprendan a emplear herramientas tecnológicas como Internet para la realización de diferentes transacciones.

Ya sea que alguien quiera solicitar un préstamo, escoger un seguro de vida o llenar una aplicación para un crédito, Servicios Financieros a través de su sitio Web, se encarga de generar información que pueda ayudar, despejar dudas y acceder instantáneamente a determinado proceso de los ya mencionados.

Este sitio se encarga de publicar notas informativas, ofrece servicios más personalizados e inmediatos y establece links que redireccionan al usuario hacia otros sitios de interés financieros, lo que lo convierte en un *portal temático*, dentro del portal mismo de Infocentros.

Servicios financieros, cuenta con 2 diseñadores, 1 programador y un administrador de contenidos, lo que indica un organigrama estructurado con funciones específicas. Y se subdivide en cuatro portales: (bancos, pensiones,

bolsa de valores y seguros) y es el administrador de contenidos quien genera, busca, edita, revisa y sube toda la información que aparece en el portal.

El administrador de contenidos ejerce una función similar a la de un periodista, pues debe investigar los temas que serán publicados, también genera información manteniendo una constante comunicación con bancos, aseguradoras, bolsa de valores y aseguradora de pensiones y debe hacer entrevistas a expertos en temas específicos.

La naturaleza especializada de www.serviciosfinancieros.com.sv obliga a que el redactor de contenidos se mantenga constantemente informado sobre actividades de índole financiera, por lo que su función puede compararse con la que ejerce un periodista de las secciones de Economía y Negocios de los periódicos impresos.

Obviamente hay aspectos que lo diferencian. En el portal de la Asociación Infocentros, el administrador de contenidos también ejerce un rol similar al de un Webmaster, ya que es quien se encarga de subir y corregir información además de realizar todas las actualizaciones

Según el perfil de trabajo del administrador de contenidos, este debe ser graduado o egresado de las carreras de Lic. en Periodismo o Ciencias de La Comunicación y debe poseer conocimiento básico de computación y uso de Internet.

La Asociación Infocentros capacita a los comunicadores que se desempeñan en esta área, en el manejo de los programas necesarios para la publicación de contenido en Internet, pues como se planteó anteriormente, las universidades salvadoreñas aún no hacen mayor énfasis en la incorporación de las nuevas tecnologías a la carrera.

El puesto de administrador de contenidos es bastante nuevo en el ámbito laboral salvadoreño y es una muestra de cómo la aparición de las nuevas tecnologías abre nuevos espacios de trabajo a los comunicadores y periodistas salvadoreños que las adoptan e incorporan a sus habilidades profesionales.

15. La música en El Salvador alza su voz en nuevos espacios

Informativos por Internet:

www.musica.com.sv y www.rockguanacos.com

Dentro de los sitios electrónicos nacionales investigados, se encuentran aquellos que surgen con objeto de informar a los jóvenes y adultos jóvenes en aspectos relacionados con la música salvadoreña, cubriendo un área muy importante para toda persona como lo es el “entretenimiento”. Por esta razón y por el carácter de la página, los jóvenes, en su mayoría, resultan ser la mayor audiencia de este sitio.

www.musica.com.sv

El portal de música nació como una propuesta cultural, no comercial a la escasa promoción de la música en nuestro país. El proyecto de www.musica.com.sv nace hace más de tres años, específicamente en mayo del 2001 con el objetivo general y primario de informar a personas interesadas en el acontecer musical de nuestro país.

El principal aporte viene de la empresa G.PREMPER S.A. de C.V. que se dedica a la creación de páginas web profesionales. Su sitio web es www.premper.com y es propiedad del Ing. Gernot Premper, empresario alemán interesado en el creciente movimiento musical-cultural que cada vez tiene un mayor auge y demanda en El Salvador.

Desde la creación del sitio hasta el momento, Gernot Premper ha apoyado técnica y económicamente el proyecto, aportando en cien por cien el salario de los reporteros, programador, y diseñadores.

El sitio web tiene más de 500 visitantes diarios, aumentando constantemente. Cuenta con una base de datos de interesados en el "Newsletter" de 1378 personas. Con el pasar del tiempo, los servicios del sitio se han ido diversificando y eso ha obligado que se agreguen constantemente nuevas secciones debido a la demanda y peticiones que el público exige.

Ejemplo de esto es el espacio donde se publican las biografías de los personajes de la historia musical nacional, o la promoción del material discográfico de músicos que ya cuentan con su obra grabada, o se quieren dar a conocer.

El sitio cuenta actualmente con un equipo fijo de 3 periodistas, quienes a parte de la redacción de notas y cobertura de eventos, se encargan de realizar las actualizaciones del sitio. Los periodistas que laboran en www.musica.com.sv también se desempeñan en otros medios como La Prensa Gráfica.

Además, hay un grupo de colaboradores conformado por otros periodistas y estudiantes de periodismo y comunicaciones. Para Roberto Díaz, actual webmaster y periodista redactor del sitio, el conocimiento y aplicación de la técnica periodística resulta ser uno de los pilares fundamentales para el funcionamiento de la página.

Además sostiene que para escribir en un sitio como www.musica.com.sv también es necesario saber como usar el espacio a través de técnicas de escritura para Internet y tener conocimientos más especializados, pues la naturaleza del sitio lo requiere. De hecho, de un equipo que consta de tres periodistas fijos y cuatro colaboradores, sólo tres no son músicos, aunque si poseen una gran afición por diferentes géneros musicales.

Es fácil identificar a www.musica.com.sv como un sitio de carácter informativo periodístico, pues se aprecia claramente el uso de diferentes géneros de redacción periodística, como el editorial, el reportaje, la crónica y la crítica aunque usando un lenguaje coloquial, ya que en palabras de Roberto Díaz “tenemos varios segmentos de usuarios que se podría definir por edad, pero el público al que nosotros intentamos llegar más, es a los jóvenes”

www.rockguanacos.com

Éste es otro sitio cuyo objetivo es brindar información “...con un tratamiento novedoso respecto a la escena musical del país”⁵⁷. La página www.rockguanacos.com fue creada por un grupo de estudiantes de periodismo de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas y es bastante nuevo, ya que apareció en la red en Abril del presente año.

Guillermo Funes, redactor y director del sitio, explica que en un inicio la página surgió como un proyecto de cátedra en la universidad y que luego decidieron lanzarla como una página periodística dedicada a cubrir información relacionada con la escena musical del país.

⁵⁷ Guillermo Funes, entrevista dada a la Prensa Gráfica. Artículo “La Guanarraza estrena morada” 22-04-2004

La página cuenta con el patrocinio de Boxes Media S.A. empresa salvadoreña de Internet que con el sitio www.relatosanimados.com, ganó el premio: "Arroba de Oro 2003". Ellos se encargan del diseño y mantenimiento del sitio, pero no de la cobertura de información.

Al principio, la página contaba con un equipo periodístico de siete personas, pero debido a ciertos problemas de la compañía que da hospedaje al sitio, el proyecto www.rockguanacos.com ha quedado en espera, pues no se han seguido publicando más notas y en la actualidad solo cuentan con un equipo de cinco personas.

Guillermo Funes, sostiene que se seguirá trabajando con el sitio hasta que tengan habilitados todos los servicios que la compañía de hospedaje brinda, pues no quieren ofrecer sólo notas informativas, sino darle más valor a través de la utilización de videos, mp3 y foros de opinión.

A pesar de los inconvenientes, Funes es optimista con respecto al desarrollo de Internet en el país. Considera que al igual que los teléfonos, los costos de acceso a Internet irán bajando, y que el desarrollo de sitios con carácter informativo, como el que él maneja, irá creciendo mientras sean persistentes y desarrollen estrategias adecuadas que les puedan generar beneficios.

CAPITULO 5

16. CONCLUSIONES

- **CONCLUSIONES**

Haciendo una síntesis de los contenidos estudiados en la presente investigación se ha proporcionado un documento útil para los periodistas, estudiantes y/o comunicadores del país, acerca de la utilidad de Internet en el apareamiento de nuevos espacios electrónicos de carácter informativo periodístico.

Las técnicas empleadas en la metodología de la investigación (la entrevista abierta y recopilación de fuentes bibliográficas y documentales,) cumplen satisfactoriamente su cometido, ofreciendo una autenticidad tanto bibliográfica, y sobre todo testimonial por medio de las opiniones, comentarios y sugerencias hechas por el personal de los sitios electrónicos investigados,

considerándose una metodología apropiada para futuros trabajos de investigación con fines similares.

Se ha llegado a varias conclusiones correspondientes a las diferentes etapas del trabajo, las cuales serán expuestas a continuación para comprender cuál es el papel de Internet en la aparición de nuevos espacios informativo periodísticos en el país.

16.1 CONCLUSIÓN GENERAL

Internet ha tenido, y seguirá teniendo, una influencia importante para el surgimiento de sitios Web con carácter informativo periodístico en El Salvador. Éste se constituye como una *“herramienta multi-medios”* y permite que tanto instituciones e incluso individuos, puedan establecer nuevos espacios a través de los que se comunica e informa a mayores audiencias o si se quiere, a grupos muy específicos.

Su amplias posibilidades llevan a determinar a Internet como una herramienta eficaz para los comunicadores, mas no un MCS (medio de comunicación) como tal, debido a que son los mismos medios los que ocupan a Internet para crear una versión digital de sus ediciones (ya sea radiales, televisivas o impresas), siendo un interesante y complementario apoyo para los MCS.

La naturaleza abierta de Internet no permite que se logre definir a un Receptor y Emisor, a diferencia del conocido planteamiento teórico que detalla que los Medios de Comunicación poseen los siguientes elementos:

EMISOR-MENSAJE-MEDIO-RECEPTOR-EFECTOS, que le otorgan un carácter propio.

Internet no posee un solo propietario como el caso de un MCS, ya que es una red virtual y mundial a disposición de cualquiera que esté dispuesto a darse a conocer en la Web, y son éstos sitios electrónicos los que desempeñan un papel similar al de los medios de comunicación dentro de Internet y tienen características propias que los distinguen como tales.

Pese a la relativa novedad de los espacios de comunicación digitales, y ante la todavía mínima cantidad de usuarios de Internet en el país y la falta de cultura tecnológica, existe confianza en el crecimiento de Internet en El Salvador y en el desarrollo de esta nueva área de la comunicación.

Por lo mencionado anteriormente se espera que futuros comunicadores utilicen a Internet como una herramienta útil para transmitir información más creativa e innovadora, y aún más importante: información independiente y veraz.

16.2 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS

De ésta conclusión general se establecen varias conclusiones específicas, que en conjunto refuerzan el valor global de este documento. Estas conclusiones han sido evaluadas de manera cualitativa con base a los testimonios y documentación obtenida, lo que ayuda a establecer la validez en la que se ha elaborado el trabajo a lo largo de la investigación en la llamada “triangulación de la información”.

- **Sitios electrónicos estudiados**

Al inicio de esta investigación se planteó como objetivo investigar al menos cuatro sitios salvadoreños de carácter informativo-periodístico. Este objetivo fue cumplido en su totalidad al abordarse cuatro medios digitales que actualmente se encuentran a disponibilidad en la web, estos fueron: www.laprensagrafica.com; www.serviciosfinancieros.com.sv; www.musica.com.sv; y www.rockguanaco.com

El caso de **www.laprensagrafica.com**, resultó ser un ejemplo claro de cómo los MCS emplean a Internet como una herramienta para ampliar su audiencia, a través de una edición digital, su contenido es casi en su totalidad el mismo de la versión impresa; sin embargo, posee personal que cubre hechos de último minuto y que actualiza constantemente el sitio para informar sobre estos.

Su manejo de información no ofrece un aporte novedoso teniendo en cuenta las posibilidades que Internet brinda (Foros de opinión, Chat, videos, etc).

Estos aspectos que podrían ser útiles para su sitio oficial no son considerados necesarios, dado su amplio reconocimiento en el formato impreso.

Caso muy diferente ocurre con los demás sitios, en especial **www.musica.com.sv** quienes hacen un buen manejo de los géneros periodísticos, empleando un lenguaje de acuerdo a su público, y que cuenta con espacios que facilitan la interacción con sus usuarios, convirtiéndose en un espacio más personalizado e innovador. Utilizan mucha fotografía y ciertos patrones de redacción para Internet aunque tienden a usar un considerable espacio dentro de las páginas Web.

Su trayectoria de poco más de tres años convierte a este sitio en uno de los primeros sitios electrónico-informativos en el país. Ofrecen servicios de interés a su público como archivos de música en formato mp3, clasificados musicales y agenda de eventos.

Los responsables del mismo han buscado sostenimiento económico mediante venta de espacios publicitarios el cual no ha llegado hasta el momento, por lo que dependen del patrocinio de una empresa matriz. No se identifica claramente una hoja de estilo en el diseño por lo que a veces se ve un poco

desordenada. Una gran cantidad de las notas son hechas por colaboradores, que no tienen una remuneración salarial, sino más bien un deseo personal como comunicadores de ofrecer información al público.

www.rockguanaco.com, es un sitio electrónico con fines similares al anterior. Sus responsables utilizan adecuadamente el espacio en Internet, manejan párrafos cortos y dan continuidad a sus notas a través de vínculos o links, aunque utilizan pocas fotografías. Ciertos problemas con el servidor que aloja el sitio y el abandono de varios miembros fundadores del sitio los han mantenido sin actividad durante varios meses, lo que cuestiona la seriedad del proyecto.

El último de los sitios investigados fue: **www.serviciosfinancieros.com** Este sitio representa al uso de Internet como una herramienta informativa y abrir nuevos espacios laborales para los comunicadores. Generan actividad informativa constante pues actualizan a diario. Mantienen una hoja de estilo gráfico bien definida, las notas y los párrafos dentro de estas tienden a ser cortos y directos.

Cumple con su función que es informar con enfoque periodístico sobre toda la actividad de índole financiera. Aunque el lenguaje utilizado debe ser serio por la naturaleza del contenido, en este caso tiende a ser un tanto rígido.

Uno de los problemas que enfrenta es la poca cultura tecnológica que existe en el país, pues hay muchas personas que no conocen las ventajas que el sitio electrónico de infocentros brinda. Cuestiones como asesoramiento y aplicación de operaciones más personalizadas son desaprovechadas por desconocimiento del sitio y poco uso de herramientas tecnológicas entre la población.

- **Herramientas que ofrece Internet**

Internet ofrece muchas funciones que pueden ser aprovechadas por los sitios de carácter informativos-periodísticos para comunicarse con su público. Una de las principales ventajas es “*la inmediatez*” con que la información puede ser colocada y la posibilidad de integrar características de diferentes medios en uno solo.

La flexibilidad y los bajos costos económicos en Internet les permite a los responsables de estos sitios actualizar los contenidos (cuantas veces al día si es necesario) para informar sobre noticias de última hora y además les permite llegar a audiencias en el exterior que no podrían alcanzar de otra manera.

Los sitios de carácter informativo-periodístico del país, todavía no utilizan todo el potencial que Internet ofrece. La capacidad multimedia de Internet es desaprovechada por la mayoría de espacios, quienes aún basan gran parte de su contenido en la redacción y fotografía, sin utilizar otros recursos informativos como el video, el sonido, la interactividad con sus usuarios, etc.

- **Características de los medios digitales en El Salvador**

Cada uno de los sitios electrónicos estudiados posee características propias, aunque también hay similitudes entre ellas, estas similitudes se pueden considerar como fundamentos esenciales para la realización del trabajo en estos sitios.

Entre estas destacan el conocimiento del ejercicio periodístico, ya que aporta en cuestiones como redacción, tratamiento informativo de las fuentes, composición de imágenes y texto, etc. y además el manejo de programas de edición y publicación web.

En el caso de los sitios estudiados todo el personal que labora en ellos tiene formación en el área de las comunicaciones y/o el periodismo. Sin embargo, a los practicantes de la comunicación digital salvadoreña se les puede considerar autodidactas, pues no han tenido una instrucción académica especializada en ésta área, más bien, se han adaptado al formato digital en la medida que han ido desarrollando su labor.

- **Diferencias entre los medios tradicionales y los medios digitales**

Los comunicadores digitales han ido desarrollando técnicas de redacción que les permiten aprovechar y conocer las ventajas y limitantes que Internet les ofrece. A pesar de que un comunicador digital tiene su base formativa en el periodismo tradicional, éste debe adaptarse al formato digital incorporando conocimientos, básicos al menos, de otras disciplinas que le facilitan el trabajo en el campo digital, como el diseño gráfico y obviamente de informática.

- **Oportunidades y Limitantes**

La utilización de Internet para el desarrollo de espacios informativos periodístico genera nuevas oportunidades para los comunicadores. Un ejemplo es el personal que labora en www.laprensagrafica.com como **periodistas digitales** o el cargo de **redactor de contenidos** en el caso de www.serviciosfinancieros.com

Aún existen muchas dificultades que los espacios informativos en Internet deben superar para poder tener un desarrollo óptimo, La rentabilidad es uno de los problemas que enfrentan estos sitios.

Otro de los problemas que los atañe es el hecho de que la actividad informativa en Internet, debido a su acceso abierto y a ser relativamente fácil de usar, puede ser distorsionada y de poca veracidad y debido a las pocas o nulas regulaciones existentes para los contenidos de Internet se pueden cometer faltas éticas.

Bob Giles, director de Nieman Reports de la Fundación Nieman para El Periodismo de la Universidad de Harvard sostiene en su artículo “El periodismo en la era de la Web” que existen tres acontecimientos que podrían ayudar a

determinar pautas de comportamiento en los espacios de comunicación informativa en línea.

El primero es el mercado y el dominio de grandes empresas de comunicaciones que establecen sus sitios en Internet. Giles plantea que aquellos sitios con poca capacidad económica, poca credibilidad y malas estrategias irán desapareciendo. Plantea que los sobrevivientes serán aquellos espacios dependientes de grandes cadenas y que estos aplicaran las mismas normas que observan para el medio principal al que pertenecen.

La segunda sería la asociación de espacios informativos en línea como la Online News Association de Estados Unidos. Aunque según el autor Bernhard Debatin “hasta el momento muchos intentos de esta índole se asemejan más a grupos de presión empresarial que a órganos autónomos de autorregulación y no cumplen con su objetivo”.⁵⁸

El tercer acontecimiento y que según Giles es el que más influencia puede tener a largo alcance con respecto a la actividad periodística, es el impulso de la retroalimentación recíproca entre comunicadores y el público a través de la utilización del correo electrónico en las notas.

El correo electrónico permite a reporteros y editores escuchar lo que dice la gente que puede saber algo acerca del artículo y que puede intercambiar una

⁵⁸ <http://www.uni-leipzig.de/~debatin/uruguay/etica.htm> Debatin, Bernhardt. Principios de la ética en Internet. Áreas de conflicto y perspectivas de solución. Conferencia en el marco del Seminario “Ética e Internet”, Instituto Goethe Montevideo, Uruguay

perspectiva autorizada, proveer fuentes adicionales o plantear la posibilidad de que el artículo pueda carecer de equilibrio o equidad.

Haciendo un último planteamiento se puede decir que el crecimiento constante que Internet experimenta en El Salvador hace que pese a los problemas que se enfrentan, los sitios informativos periodísticos mantengan buenas expectativas con respecto al futuro. Estos espacios tienen una visión a futuro y buscan generar presencia y reconocimiento para poder lograr beneficios cuando crezca el mercado y las audiencias tecnológicas

Como punto final, se ha realizado una investigación de un tema poco visto en la preparación académica de El Salvador. Los periodistas, estudiantes y/o comunicadores, tendrán a su disposición un trabajo investigativo que ayude a crear las bases que les permitan conocer como Internet ha servido para el desarrollo de la comunicación digital en el país.

La entrada a la era de la información es una realidad e Internet es el presente y el futuro de los estilos de la comunicación digital, conocer las múltiples funciones que aporta esta herramienta es imprescindible para todo aquel busca tener presencia ante un público que forma o formará parte de una globalización digital.

17. RECOMENDACIONES

- La importancia de Internet y las NTI en el quehacer periodístico y comunicativo expuestas a lo largo de la investigación, amerita a hacer un llamado a las instituciones educativas, en especial a universidades del país el considerar ampliar la gama de especialidades o materias en el Pensum de la carrera de Comunicaciones y afines, que permitan conocer y aplicar los métodos de acción del periodismo digital, así como la creación, el diseño y el sostenimiento de los sitios electrónicos de índole informativo, con el objeto de contribuir a una preparación enfocada en aquellas tecnologías y herramientas digitales que amplían los horizontes de las comunicaciones.
- Internet es una fuente incontable de oportunidades y retos para el comunicador digital, y dependerá del provecho y adecuado uso que éste le otorgue con el fin de mejorar e innovar las formas de comunicación en la “era digital”, se recomienda para ello, y en base al punto anterior, que estudiantes, periodistas y profesionales de las comunicaciones se conviertan en autodidactas, es decir, que de manera personal busquen documentos de apoyo y orientación de los pocos comunicadores digitales con los que se cuenta y prepararse para la mayor influencia que llegará a tener las NTI en el ámbito de las comunicaciones.

- Finalmente, se hace un llamado a las organizaciones encargadas del país a considerar el hecho de que Internet es el hoy y el mañana, y que el país, al igual que otras sociedades con mayor desarrollo tecnológico, empleará el Internet para la generación espacios de comunicación y fuentes de consulta que requerirán de normas y leyes que regulen el uso y manejo de sus contenidos para evitar conflictividad entre los futuros espacios electrónicos.

18. BIBLIOGRAFÍA

TESIS

- 1.) **“Los noticieros televisivos en El Salvador después de la firma de los Acuerdos de Paz. Análisis y estudio de casos”**, Maldonado, Aldo. Maldonado, Juan Ramón. Tesis Universidad Don Bosco, 2003.
- 2.) **“Usos y aplicaciones de Internet en la Prensa Salvadoreña, El Diario de Hoy, TeleDos de TCS y Hechos de Canal 12”**, Álvarez ,Erick. Cruz, Antonieta. Perdomo Marco. Tesis de la Universidad de El Salvador, 2001.
- 3.) **“Desarrollo del periodismo escrito y televisivo en El Salvador”**, Miranda, Salvador Enrique. Tesis de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, 2000.
- 4.) **“Periodismo digital en El Salvador: ¿un nuevo escenario profesional?”**, Barrientos, Claudia Verónica. Martínez , Eduardo Alberto. Pereira , Eduardo Alberto. Saca, Sabrina Ivette. Tesis de la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas”, 2003.

LIBROS

- 1.) Coller Xavier, **Cuadernos Metodológicos, Estudio de Casos**, Editorial CIS. Madrid, 2000.
- 2.) López Vallecillo, Italo. **Periodismo en El Salvador**. UCA editores; segunda edición, 1987
- 3.) Zacarías Ortiz, Eladio. **Pasos para hacer una investigación**, Clásicos Roxsil. 1999
- 4.) Biagi, Shirley. **Impacto de los Medios: Una introducción a los medios masivos de comunicación**. International Thompson Editores. Cuarta Edición. 2003.
- 5.) Armentia José Ignacio, Elexgaray Jon, Pérez Juan Carlos. **Diseño y Periodismo Electrónico**. Servicio Editorial. Universidad del País Vasco.1999
- 6.) Briggs, Burke Peter. **De Guttemberg a Internet: Una Historia Social de los Medios de Comunicación**. Editorial Madrid Taurus. 2002

SITIOS WEB

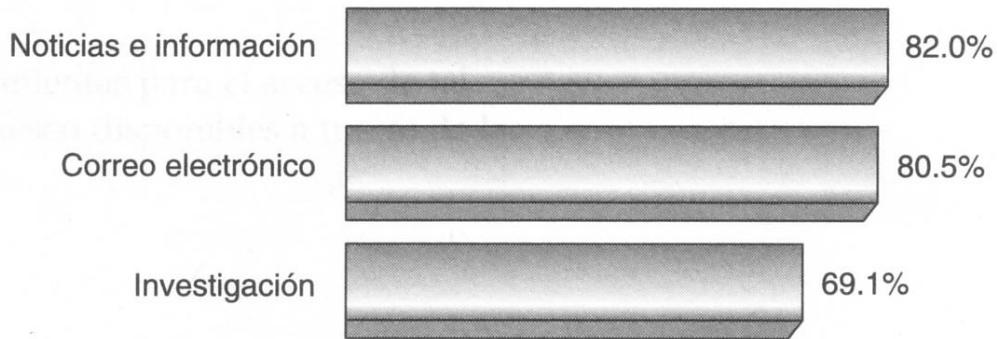
- 1.) **<http://www.lablaa.org/ayudadetareas/periodismo/per0.htm>** Biblioteca Luís Ángel Arango. Biblioteca Virtual Banco de la Republica (Colombia)
- 2.) **<http://www.lablaa.org/ayudadetareas/periodismo/per2.htm>** , Artículo “Qué son los medios de comunicación”
- 3.) **<http://pressnetweb.com/ciberperiodismo/>** Pressnet. Periodistas, Periodismo y Medios de Comunicación en Internet
- 4.) **<http://www.gobernacion.gob.sv/web-radio/Historia-Radio-EISA.htm>** Radio Nacional de El Salvador
- 5.) **<http://www.elfaro.net/secciones/especiales/5ANIVERSARIO/5aniversario.asp>** www.elfaro.net
- 6.) **<http://www.selfhtml.com.ar/introduccion/internet/origen.htm>** Artículo Origen de Internet
- 7.) **<http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/hradio.htm>** Artículo Historia de la Radio
- 8.) **<http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/htelevision.htm>** Artículo Historia de la Televisión.
- 9.) **<http://biblio.iteso.mx/cgi-bin/netforum/revisweb/a/1>** , Foro de discusión sobre la revista electrónica.
- 10) **<http://www.zocalo.cl/ratonera/tesis/cap2.htm>** , Navarro, Claudio, Tesis: “En busca del Periodista Digital”
- 11) **<http://es.wikipedia.org/wiki/CSS>** Wikipedia. Enciclopedia de Internet
- 12) **<http://www.lazarillo.com/latina/a/02hemilce.htm>** Jaramillo, Oscar. “Las nuevas tecnologías de la información y el ejercicio profesional”. Citado por: Castillo Obando, Emilce “Las nuevas Tecnologías de la Información ¿Para bien o para mal?”, Revista Latina de Comunicación Social, número 12, de diciembre de 1998.

ANEXOS

ANEXO 1

Figura 9.4 Principales actividades en línea

Fuentes: Veronis, Suhler & Associates, Wilkofsky Gruen Associates, Advertising Age/Market Facts.



Usos en línea de las computadoras

Gráfico tomado de : Biagi, Shirley. **Impacto de los medios: Una Introducción a los medios masivos de la comunicación.** International Thompson Editores. Cuarta Edición. 2003

ANEXO 2.1
Pensum Universidad Tecnológica (UTEC)

Facultad de Ciencias Sociales > Carreras			
Carrera: Licenciatura en Relaciones Públicas y Comunicaciones			
Ciclo	Materias		
I	Psicología General Inglés I	Gramática Fotografía	
II	Ecosistema, Cultura y Sociedad Redacción para Medios de Comunicación	Inglés II Matemática I	
III	Informática I Inglés II	Expresión Oral y Escrita Estadística	

IV	Informática II Inglés IV	Editorial y Propaganda Métodos de Investigación
V	Historia de El Salvador y Realidad Nacional Dibujo Publicitario Teoría de la Comunicación	Reportaje Interpretativo e Investigativo Ética Profesional
VI	Producción en Radio Publicidad I Psicología de la Comunicación	Producción en Prensa Escrita Historia Universal
VII	Producción en Televisión Publicidad II Sociología de la Comunicación	Filosofía General Historia General del Arte y la Cultura
VIII	Administración Fotografía Publicitaria Relaciones Públicas I	Estudio de la Constitución Análisis de Obra y de Cine
IX	Mercadotecnia Desarrollo Individual	Relaciones Públicas II Organismos Regionales e Internacionales
X	Gerencia Protocolo y Oratoria	Relaciones Públicas III Seminario de Investigación
	Proceso de Graduación	

ANEXO 2.2
Pensum Universidad Centroamericana (UCA)

Programa de la Licenciatura en Comunicación Social

Primer Año

Ciclo	No.	Asignatura	Prerrequisito	U.V.
1	1	Introducción al Lenguaje		4
	2	Filosofía I		4
	3	Historia I		4
	4	Redacción I		4

Ciclo	No.	Asignatura	Prerrequisito	U.V.
2	5	Teoría de la Comunicación		4
	6	Comunicación e Inspiración Cristiana		4
	7	Historia II		4
	8	Redacción II	4	4

Segundo Año

Ciclo	No.	Asignatura	Prerrequisito	U.V.
3	9	Semiótica de la Cultura	1	4
	10	Estadística para Comunicadores		4
	11	Sociedad y Sistemas Políticos		4
	12	Optativa Humanística		3

Ciclo	No.	Asignatura	Prerrequisito	U.V.
-------	-----	------------	---------------	------

4	13	Comunicación Aplicada		4
	14	Introducción a la Investigación de la Comunicación	10	4
	15	Comunicación e Informática		4
	16	Optativa Humanística		3

Tercer Año

Ciclo	No.	Asignatura	Prerrequisito	U.V.
5	17	Periodismo I	8	4
	18	Comunicación y Organización		4
	19	Producción Radiofónica		4
	20	Optativa Social		3

Ciclo	No.	Asignatura	Prerrequisito	U.V.
6	21	Periodismo II	17	4
	22	Diagnóstico y Planif. de la Comunicación	18	4
	23	Diseño y Diagramación	15	4
	24	Optativa Social		3

Cuarto Año

Ciclo	No.	Asignatura	Prerrequisito	U.V.
7	25	Periodismo III	21	4
	26	Estrategias de Comunicación	22	4
	27	Producción Audiovisual	19	4
	28	Optativa de Énfasis		3

Ciclo	No.	Asignatura	Prerrequisito	U.V.
8	29	Periodismo Electrónico	15	4
	30	Administración para Comunicadores		4
	31	Ética de la Comunicación		4
	32	Optativa de Énfasis		3

Quinto Año

Ciclo	No.	Asignatura	Prerrequisito	U.V.
9	33	Taller de Notas Inform. y Entrevistas		5
	34	Taller de Reportaje y Crónica		5
	35	Taller de Periodismo Especializado		5
	36	Taller de Periodismo Electrónico		5

Ciclo	No.	Asignatura	Prerrequisito	U.V.
10	37	Consultorías de Comunicación		5
	38	Taller de Campañas de Comunicación		5
	39	Taller Medios para la Organización		5
	40	Taller de Validación y Evaluación		5

ANEXO 2.3
Pensum Universidad Don Bosco (UDB)

Licenciado (a) en Ciencias de la Comunicación.

No.	ASIGNATURA	PRERREQUISITO	UV
CICLO I			
1	Lógica	Bachillerato	4
2	Lenguaje I	Bachillerato	4
3	Introducción a los Medios Audiovisuales	Bachillerato	4
4	Introducción a la Publicidad y Relaciones Públicas	Bachillerato	4
5	Teoría de la Comunicación I	Bachillerato	4
CICLO II			
6	Estadística	Lógica	4
7	Lenguaje II	Lenguaje I	4
8	Fotografía I	Introducción a los Medios Audiovisuales	4
9	Psicología Social	Bachillerato	4
10	Teoría de la Comunicación II	Teoría de la Comunicación I	4
CICLO III			
11	Investigación Cuantitativa	Estadística	4
12	Periodismo I	Lenguaje II	4
13	Fotografía II	Fotografía I	4
14	Sociología de la Comunicación	Psicología Social	4
15	Teoría de la Comunicación III	Teoría de la Comunicación II	4
CICLO IV			
16	Investigación Cualitativa	Investigación Cuantitativa	4
17	Periodismo II	Periodismo I	4
18	Taller de Creatividad	Fotografía II	3
19	Principios de Economía	Sociología de la Comunicación	4
20	Humanística I	Bachillerato	3
CICLO V			
21	Formulación de Proyectos	Investigación Cualitativa	4
22	Estética de los Medios	Introd.a los Medios Audiovisuales y Periodismo II	4
23	Diseño de Materiales Audiovisuales	Taller de Creatividad	3
24	Mercadeo	Principios de Economía	4
25	Humanística II	Humanística I	3
CICLO VI			
26	Legislación	Bachillerato	3
27	Semiótica	Estética de los Medios	4
28	Tecnologías de la Comunicación	Diseño de Mat. Audiovisuales	3
29	Administración de Medios	Mercadeo	3
30	Humanística III	Humanística II	3

Orientación: Medios

No.	ASIGNATURA	PRERREQUISITO	UV
CICLO VII			
31	Producción de Audio	Estética de los Medios	4
32	Producción de Vídeo	Estética de los Medios	4
33	Guionística para Medios Audiovisuales	Semiótica	4
34	Electiva I	Ver Tabla de Electivas	4
CICLO VIII			

35	Producción Intermedia de Audio	Producción de Audio	4
36	Producción Intermedia de Vídeo	Producción de Vídeo	4
37	Programación de Medios	Producción de Audio y Producción de Vídeo	4
38	Electiva II	Ver Tabla de Electivas	4
CICLO IX			
39	Producción Avanzada de Audio	Producción Intermedia de Audio	4
40	Producción Avanzada de Vídeo	Producción Intermedia de Vídeo	4
41	Crítica de Cine	Semiótica, Produc. Intermedia de Audio y Produc. Intermedia de Vídeo	4
42	Optativa	Ver Tabla de Electivas	3
CICLO X			
43	Proyecto de Investigación	Formulación de Proyectos	5
44	Práctica Profesional	Todas las materias de especialidad	5

Orientación: Publicidad y Relaciones Públicas

No.	ASIGNATURA	PRERREQUISITO	UV
CICLO VII			
31	Comportamiento del Consumidor	Administración de Medios	4
32	Comunicación Publicitaria	Fotografía II	4
33	Comunicación Institucional	Administración de Medios	4
34	Electiva I	Ver Tabla de Electivas	4
CICLO VIII			
35	Comunicación Política	Comportamiento del Consumidor y Comunicación Publicitaria	4
36	Comunicación Gráfica	Comunicación Publicitaria	4
37	Técnicas de Relaciones Públicas y Uso de Medios	Comunicación Institucional	4
38	Electiva II	Ver Tabla de Electivas	4
CICLO IX			
39	Producción Publicitaria Comunicación	Política y Comunicación Gráfica	4
40	Diseño de Campañas de RRPP	Técnicas de RRPP y uso de medios	4
41	Protocolo y Organización de Eventos	Técnicas de RRPP y uso de medios	4
42	Optativa	Ver Tabla de Electivas	3
CICLO X			
43	Proyecto de Investigación	Formulación de Proyectos	5
44	Práctica Profesional	Todas las materias de especialidad	5

Tablas de Electivas

TABLA DE ELECTIVAS			
No.	ASIGNATURA	PRERREQUISITO	UV
OPTATIVAS			
42	Expresión oral y escrita	Bachillerato	3
42	Humanística IV	Humanística III	3
ELECTIVAS PARA MEDIOS			
31	Comportamiento del Consumidor	Introduc.a la Publicidad y RR PP Psicología Social	4
32	Comunicación Publicitaria	Fotografía II	4
33	Comunicación Institucional	Administración de Medios	4
35	Comunicación Política	Comportamiento del Consumidor y Comunicación Publicitaria	4
36	Comunicación Gráfica	Comunicación Publicitaria	4
37	Técnicas de Relaciones Públicas y Uso de Medios	Comunicación Institucional	4
ELECTIVAS PARA PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS			
31	Producción de Audio	Estética de los Medios	4
32	Producción de Vídeo	Estética de los Medios	4
33	Guionística para Medios Audiovisuales	Semiótica	4
35	Producción Intermedia de Audio	Producción de Audio	4
36	Producción Intermedia de Vídeo	Producción de Vídeo	4
37	Programación de Medios	Producción de Audio y Producción de Vídeo	4

ANEXO 2.4
Pensum Universidad José Matías Delgado

Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Ciclo 1

Matemáticas
Sociología
Historia Contemporánea de El Salvador
Literatura 1
Comunicación Oral 1
Lingüística 1

Ciclo 2

Economía 1
Biología y Medio Ambiente
Filosofía
Literatura 2
Comunicación Oral 2
Lingüística 2

Ciclo 3

Economía 2
Estilos Artísticos
Literatura 3
Taller de Comunicación Visual
Semiótica
Redacción para Medios

Ciclo 4

Estadística
Psicología General
Taller de Comunicación Visual 2
Teoría de la Comunicación 1
Teoría Comunicación Gráfica

Ciclo 5

Contabilidad
Psicología Social
Teoría de la Comunicación 2
Taller de Fotografía 1
Investigación en Comunicación 1

Ciclo 6

Teoría Administrativa
Legislación y Comunicación
Teoría de la Comunicación 3
Taller de Fotografía 2
Investigación en Comunicación 2

Ciclo 7

Administración Recursos Humanos
Televisión
Relaciones Públicas
Prensa 1
Investigación en Comunicación 3

Ciclo 8

Mercadeo 1
 Psicología de la Comunicación
 Comunicación Organizacional
 Prensa 2
 Radio 2

Ciclo 9

Mercadeo 2
 Sociología de la Comunicación
 Publicidad 1
 Comunicación Institucional
 Seminario de Investigación

Ciclo 10

Investigación de Mercado
 Ética Profesional
 Publicidad 2
 Seminario de Comunicación
 Crítica Cinematográfica

ANEXO 2.5
Pensum Universidad de El Salvador (UES)

LICENCIATURA EN PERIODISMO

AÑO	CICLO	ASIGNATURAS				
1	I	Estructura Sintáctica del Español	Introducción al Periodismo	Fundamentos de Metodología de Investigación científica	Teoría de la Comunicación y de la Información I	Inglés Intensivo I
	II	Lectura y Redacción Española	Semiótica General	Movimientos Sociales en El Salvador I	Teoría de la Comunicación y de la Información II	Inglés Intensivo II
2	III	Introducción a la Publicidad	Semiótica de la Imagen	Movimientos Sociales en El Salvador II	Tecnología de los Medios Impresos I	Inglés Intensivo III
	IV	Relaciones Públicas	Fotografía Periodística	Doctrinas Político-Económicas	Tecnología de los Medios Impresos	Inglés Intensivo IV

1995 1996 1997 1998 1999 2000 2001 2002

Inversión promedio por alumno (en US\$) 19/
Según nivel educativo
Años

Educación Parvularia	..	153.53	157.29	156.19	166.35	174.35	188.03	171.84
Educación Básica	..	138.70	147.66	159.57	189.63	220.34	224.86	117.65
Educación Media	3	230.17	199.82	224.86	399.83	427.51	272.88	261.90
Gasto en educación (para Radio y Televisión)	20/	14.9	14.1	16.0	16.4	17.2	18.6	19.4
Gasto en educación (ramo de educación) como porcentaje del PIB 21/								

11. ACCESO A MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Telefonía fija

Líneas instaladas	399,964	494,975	512,744	525,620	538,496	567,655	619,591	643,620
Líneas en operación	286,929	328,407	360,830	386,659	495,340	625,785	649,879	667,699

Telefonía móvil

Líneas móviles	11,323	20,122	39,743	137,114	511,365	743,628	857,782	888,818
----------------	--------	--------	--------	---------	---------	---------	---------	---------

Teléfonos públicos

	6,113	5,200	5,395	4,926	21,715	22,075	16,916	19,581
--	-------	-------	-------	-------	--------	--------	--------	--------

Telefonía pública 2 2 /

Tarifa de instalación del ser vicio telefónico (en US\$)

	343	297	297	336	336	336	336	258
--	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Tarifa plena (1 min. EEUU,

	US\$) 1.30	1.30	1.30	0.80	0.48	0.25	0.25	0.25
--	------------	------	------	------	------	------	------	------

Tráfico telefónico internacional entrante de llamadas (en miles)

	64,060	60,751	63,054	223,524	398,284	710,330	801,918	769,468
--	--------	--------	--------	---------	---------	---------	---------	---------

Digitalización conmutación (en porcentaje)

	2 3 / 79	84	84	.. 70	100	100	100	100
--	----------	----	----	-------	-----	-----	-----	-----

Suscriptores cuentas Internet

III.

Líneas por cada 100 habitantes 5.3 5.6 6.1 8.7 8.7 9.0 9.7 9.9

... .. 10,514 70,000 54,250 70,711 94,521

laprensagráfica.com

 DRAMA DE UNA NIÑA EMIGRANTE
 

NOTICIAS DE VERDAD

LA PRENSA GRÁFICA
AL CONSUMIDOR
DEL PAÍS
SOCIALES

9 de septiembre de 2004

CINE > MUSICA > ARTISTAS > CELEBRIDADES

FAMA

NOTICIAS

[Portada](#)

[Nación](#)

[Gran San Salvador](#)

[Mundo](#)

[Departamento 15](#)

[Economía](#)

[Departamentos](#)

[Opinión Editorial](#)

[Deporte](#)

[Fútbol Nacional](#)

[Cultura](#)

[Vivir](#)

[Fama](#)

[Extremo](#)

[Especiales](#)

[Archivo](#)

REVISTAS

[Enfoques](#)

[Dominical](#)

[La Tribuna](#)

[El Herald](#)

[El Financiero](#)



La?Guanarraza? estrena morada Orus Villacorta

Bajo el dominio de ? Rockguanaco.com? ha nacido un nuevo sitio en Internet que pretende ubicarse como una buena opción periodística de la farándula musical salvadoreña.

Los estudiantes de Comunicaciones de la UCA quieren dar su aporte periodístico a la escena musical salvadoreña.

[Imprimir esta nota](#)
 [Enviar esta nota](#)
 [Opinar sobre este tema](#)

“Muchos se quejan de que los partidos de gobierno no son lo suficientemente capaces y representativos para gobernar el país. Otros se quejan de que el fútbol nacional no crece por sus dirigentes y hay quienes se quejan por el problema que representa la ardua tarea de distinguir qué es verdaderamente el rock”, reza el primer párrafo del primer editorial publicado en el sitio “www.rockguanaco.com”, un sitio de Internet que desde hace un poco más de una semana ha aparecido en el ciberespacio salvadoreño.

Rescatan a cinco salvadoreños en casa rodante


ARCHIVO
de ediciones



El sitio es una creación de un grupo de jóvenes estudiantes de la carrera de Comunicaciones Social de la Universidad “José Simeón Cañas” (UCA).

“Queremos ser una nueva opción periodística donde la gente pueda encontrar toda la información con un tratamiento novedoso con respecto a la escena musical del país”, explica Guillermo Funes, director del sitio.

El contenido de la página web recae en el trabajo de los jóvenes periodistas, mientras que la empresa Boxes Media se remite al diseño y mantenimiento del sitio.

“La idea de esta revista musical nació como un trabajo que nos pidieron en la universidad, pero después nos motivamos para crear este proyecto”, explica Guillermo Funes.

Entre las primeras coberturas realizadas por el equipo de “Rockguanaco.com” destaca el concierto de Mägo de Oz y del nacional Juan Mejía.

Bautizo con rock

El lanzamiento de la revista musical en Internet se realizó el pasado fin de semana, con un concierto realizado en la Luna, Casa y Arte en el cual participaron grupos como Punisher, I.D., Ayutush, Pashpack y Bacilona.

La nueva opción periodística tratará temas relacionados principalmente con el rock, aunque no descartan otros géneros musicales como el jazz, el hip hop y el pop, siempre nacional.

Sin embargo, este nuevo espacio virtual no dará cobertura a tendencias musicales del país como la música tropical.


“Lo que pasa es que, a diferencia del rock y la música juvenil, no nos sentimos conscientes de manejar con propiedad estos géneros musicales. En cambio, en el rock queremos generar crítica y opinión”, expresó Carlos Perla, quien además de periodista, forma parte del grupo de rock R.C.P.

Esta nueva revista musical juvenil en Internet se viene a sumar al arduo trabajo que realizan otras similares como “Musica.com.sv” y “Guanamusic.com”, entre otras.

laprensagráfica.com

[[Portada](#) | [Nación](#) | [Economía](#) | [Departamentos](#) | [Gran San Salvador](#) | [Mundo](#) | [Deporte](#)]
[[Fútbol Nacional](#) | [Opinión Editorial](#) | [Cultura](#) | [Vivir](#) | [Fama](#) | [Extremo](#) | [Especiales](#)]
[[Enfoques](#) | [Revista Dominical](#) | [La Tribuna](#) | [El Heraldo](#) | [El Financiero](#)]

© Derechos Reservados : 2003 | Aviso Legal

 [Archivo](#)
[En tu Palm](#)
[Boletín](#)
Suscripciones
[Contáctanos](#)
[Conózanos](#)
[Sitios asociados](#)
[Clasiguía](#)
[Guía de](#)
[Comercios](#)
[Horarios de](#)

[Vuelo](#)

[Cine](#)

[Archivo de leyes](#)

[Sitios de interés](#)

[Bodas](#)

[Cumpleaños](#)

[Eventos](#)

[Vida diplomática](#)

[Servicios católicos](#)

[Obituario](#)

ANEXOS

ENTREVISTAS

Entrevista con Roberto Díaz, periodista de www.musica.com.sv y de www.laprensagrafica.com

¿Nos puedes empezar hablando sobre www.musica.com.sv, cómo surge, cuál es la idea de su creación y qué piensas de tu sitio?

La página surge a iniciativa de un señor alemán que tiene acá su empresa en diseño y arquitectura, se llama: Gernot Premper. Este señor es dado a la vida nocturna del país, vos ves que un europeo cuando llega al país escucha los ritmos que se hacen, comprende la música y cómo se siente atraído y él también por impulsar la música nacional y valerse de la música nacional para dar a conocer su empresa, él tuvo a bien la idea de crear una página musical: www.musica.com.sv .

Para esto, él conoció a Oscar Leiva, un ex-baterista de una banda que se llama: RCP y es fotoperiodista de La Prensa Gráfica. Con él se sentaron y decidieron echar a andar éste proyecto en el que el primer año de funcionamiento era solo con Oscar Leiva. Él se dedicó a la actualización, la redacción, a todo, prácticamente a todo lo que comprende tener esa página, todo lo hacia Oscar Leiva el primer año.

Luego de ese año y de ir viendo que cada día los usuarios eran más en la página, porque no había otra opción, ahora ya hay más páginas pero se podría decir que la que dio pie a ésta generación de revistas musicales a través de Internet fue nuestra página de música, porque el tiempo lo respalda, ya va sobre los cuatro años, entonces ya va dejando legado y eso se ve reflejado en otros sitios que están surgiendo con la misma idea con la que nació www.musica.com.sv .

Luego del primer año en que se vio que los usuarios aumentaban, el trabajo era mayor por el mismo hecho de querer complacer a esa gente que día a día iba solicitando más información y lo puedes palpar a través de los correos que te llegan: *“Mira necesitamos tal canción”, “necesitamos información sobre tal*

grupo”, luego Oscar ya no daba abasto y no podía con más, me contactó a mí, luego fue que el segundo año entré yo cubriendo el concurso de Subterránea, ésa fue nada más mi primera asignación, ahí fui informándome de lo que es música, estamos cubriendo el Rock, pero la música en El Salvador no solo es Rock y ¿por qué no meter algo de la sinfónica? Yo estoy tocando con la Orquesta sinfónica Juvenil de acá de El Salvador y también toco con una banda de Rock, y entonces yo también andaba en este ambiente de la música popular y la música clásica, la primera idea que se me vino fue hacer un reportaje de la sinfónica y empezar a cubrir ya otros ámbitos de la música.

Bueno y así es que ya empezamos a cubrir otras cosas, que la sinfónica, que el Metalfest, Subterránea, éramos los dos siempre bajo el soporte técnico y patrocinio de Premper, luego de eso, el indicador de que se necesita, es mucha más la gente que nos está visitando es por eso que ya entró a la organización David Méndez y Guillermo Berríos.

David Méndez fue vocalista de Adrenalina que también tiene conocimientos (musicales), todos las cuatro personas que estamos fijos, solo Guillermo Berríos que no es músico ejecutante, él solo tiene su afición por la música, pero él se dedica más al aspecto periodístico de la página, nosotros combinamos nuestros conocimientos periodísticos (Con los musicales), por eso nos gusta lo que hacemos, aparte de eso hemos crecido ya con equipo ya tenemos dos cámaras, eso ya nos sirve, decir aquí está la cámara vamos a hacer fotos a tal evento.

Ya con la entrada de Guillermo y de David ya el equipo de cuatro ya era menos la carga para Oscar y para mi, y así es que ya podemos repartirnos en una noche. Cada quien se va para tal lado y ya se cubre cuatro eventos en un fin de semana que a la larga ya se pueden mantener la semana siguiente. Así es como surgió la página y así es que se ha ido desarrollando hasta estos días.

¿Cómo asignarías al público que consume la información de www.musica.com.sv

Es el público joven que prácticamente se está moviendo en la escena de la música nacional, del Rock nacional, no me voy a encasillar a solo los jóvenes, a ellos se le suman compatriotas que están en el extranjero que quieren conocer algo de acá, de la música que está pasando acá, por ejemplo yo he tenido contacto con usuarios de Australia y que dicen: *“no sabia que estaban tocando Rock, Punk”* para ellos la idea allá es que es en El Salvador la música sólo es Cumbia y Tropical y nada más, entonces eso como que limitaba el espectro musical nacional se podría decir.

Creo yo que con la cobertura que se le da a los distintos géneros musicales se está abarcando mayor público, por eso no se puede decir *“si, el principal público que tenemos son los jóvenes de acá del país”* pero, no quiere decir que no puedan leer señores que fueron al concierto de la Sinfónica y quieren ver qué dice la crónica o la crítica de www.musica.com.sv y te lo digo por que también he tenido contacto con gente de CONCULTURA que está pendiente de nuestra página, y no necesariamente son jóvenes, entonces si, tenemos varios segmentos de usuarios que se podría definir por edad, pero el público al que nosotros intentamos llegar más es a los jóvenes. Ahora, si llegamos a hermanos lejanos o gente ya mayores leen la página es muchísima más ganancia más para nosotros.

Ya que tú laboras también la Prensa Gráfica ¿Cuáles crees que son los conocimientos que un estudiante de periodismo o un periodista que quiere incursionar en ésta área necesita para desenvolverse dentro del formato del medio digital? y ¿qué diferencia encuentras con la prensa escrita? Ya que puedes darnos una perspectiva desde ambos lados.

Primeramente, el conocimiento técnico del periodismo, en la universidad yo siento que te dan los fundamentos, te enseñan cómo poner una coma, y si muchas veces esa coma no la pones, por mucho que lo que escribiste en la idea esté bien, pero sin la coma te puede trabar esa misma idea. Entonces, pienso que lo primero es el conocimiento técnico en lo que a la materia respecta que sería el periodismo, y a eso se le puede sumar el conocimiento técnico en lo que a música se refiere, nosotros que estamos escribiendo música. Al que escribe teatro, la técnica del arte escénico, se podría decir. Entonces estos dos puntos, la técnica periodística y la musical se pueden combinar y ayudan a que tus

textos tengan como mayor base y que tus afirmaciones estén respaldadas por algo y estén bien formuladas. Con la prensa escrita, tener los mismos requerimientos técnicos en periodismo y tener un poco más de apertura a los conocimientos generales, porque en la página de música yo escribo sobre determinado tema que es la música, pero en La Prensa Gráfica no tienes que ser tan especializado.

Para mí una diferencia sería la especialización, la revista de música es una revista especializada y La Prensa Gráfica, como que la cobertura marca la diferencia según el temas que se cubre, aparte de esa diferencia, otra característica que podría marcar los dos medios sería que en música tenemos el espacio libre para escribir, si quieres escribir siete páginas en una crónica sobre un toque lo puedes hacer, ¿qué tan conveniente es? Eso ya es otra cosa, pero por ejemplo hay gente que ha colaborado con www.musica.com.sv que dice *“¿y la extensión de cuantas páginas, de cuantas palabras?”* Es libre.

En cambio en el medio escrito si te dicen: “tenés 800 palabras” eso como que te limita, se puede ordenar pero limita a que tu texto quede en determinada forma, y otra también podría ser el carácter y la personalidad del medio. Un medio escrito tan grande como ese requiere de un lenguaje, no serio sino más rígido, en cambio en www.musica.com.sv como nosotros nos dirigimos a cierto público, el público joven, lo que pretendemos es que la gente que nos lea sienta como que a la hora de estar contando de un toque lo estemos platicando nosotros entre cheros: *“y fijate que pasó esto y que a tal hora se hizo un solo”* o sea un lenguaje, se podría decir, más cotidiano, coloquial, que hace sentir al lector más confianza con el que le está proporcionando la información. Entonces serían esas tres, la común que yo veo sería la primera: la técnica periodística, que independientemente tiene que hacerse en cualquier medio que escribas, y las otras dos serían las diferencias que les mencioné el espacio y la otra la especialización y el conocimiento general.

¿Cuáles consideras que son los beneficios que te da Internet y a la vez cuales son las desventajas que tiene el estar publicando en Internet?

Viendo las desventajas es que no todo mundo tiene acceso a Internet, hay muchas comunidades acá en San Salvador que no tienen energía eléctrica ni computadora, ni mucho menos acceso a Internet. Eso sí podría ser una desventaja, otra desventaja podría ser que... como que no queda... no es una desventaja tan palpable, pero a ciertos sectores, que por ejemplo, (aunque) nosotros tenemos nuestro registro, pero ponele hay alguien que quiere buscar sobre determinado grupo, (la persona) debe de tener cierto conocimiento de cómo usar el Internet para llegar a esa información.

Si digamos quiero ver algo sobre Subterránea 2003, pero si yo no sé como usar un buscador no lo voy a encontrar, esa podría ser una, que hay que tener un poco de ese otro conocimiento, ésa para mí es una desventaja. pero una de las grandes ventajas puede ser la inmediatez que tiene, que ahorita yo lo puedo subir, el evento fue hace media hora, en media hora yo puedo escribir la nota y a la siguiente media hora ya puedes estarlo leyendo si estás en Japón. Entonces esa inmediatez (es una ventaja).

Otra cosa: el espacio. Lo que yo te digo, el espacio que no te limita y que también puede ser peligroso, si tienes tanto espacio en Internet no hay mucha gente que se va a leer cinco páginas, sino que el formato para Internet, nosotros lo tenemos entendido como página y media a lo mucho. Sí hay gente que te puede leer las siete páginas, bueno, pues que bien que lo logras, pero para el tipo de público que nosotros tenemos es un público así como más hiperactivo, es muy difícil que se mantenga un solo... claro que si el texto es más llamativo y el texto te atrae si se va a mantener leyendo de pie a cabeza, pero si quieres que el público no pierda la sintonía debes de tener la misma técnica... caemos en la misma técnica periodística, de ahí es inmediatez, usuarios que están acá en Chalatenango, en Estados Unidos, en cualquier parte del mundo, llegas a un mayor número de usuarios. Esas podrían ser las ventajas más palpables.

Según el último informe del PNUD solo 94,000 personas tenían Internet en El Salvador para el año 2002, creciendo el acceso a un ritmo anual de entre 10% a 20%. Estamos hablando de que probablemente para este año tengamos unos 110,000 personas con acceso. Comparado con el volumen de la población, todavía vemos que es una cantidad pequeña de

personas las que en nuestro país tienen acceso a Internet ¿Cómo ven eso ustedes? Que a pesar de que tienen acceso a público externo, tu público interno todavía se ve limitado por las mismas condiciones del país ¿Cómo ves esta situación?

Principalmente, reconocer que esa es una situación real social, y que nosotros no la podemos cambiar, claro lo podemos como ciudadanos poquito a poquito cada quien; pero sí, a nosotros se nos hace comprensible que, bueno no le llegamos a toda la gente. Es cierto no se tiene el Internet, sabemos que hay prioridades mayores, que hay mucha gente que le interesa mucho más tener agua en la pila que tener una computadora con Internet, entonces sí, lo que nosotros pensamos es, primero, es una falta de ir al nivel de la tecnología y se comprende, hay muchas cosas (más) que en éste país hacen falta, y no necesariamente es Internet, no puede ser una prioridad. Pero al público al que nosotros le podemos llegar, tratamos de hacerlo con responsabilidad, y si tenemos una información buena y que a la gente le gustó, bueno que bien; pero, si informamos algo que estuvo mal, asumís la responsabilidad de decir que aunque fueron cinco personas las que lo leyeron, decir nos equivocamos, discúlpenos por esto y por esto.

Talvez es una condicionante social la que estás hablando, pero eso nos compromete más a nosotros como www.musica.com.sv a ser responsables con el público que nos lee, porque es bien mínimo viéndolo desde el punto de vista poblacional, entonces tenemos que cuidarlo, tenemos que ser responsable con ello. Eso es lo que siento más coherente con esa pregunta.

Aproximadamente, ¿Cuántas visitas a la página tienen diariamente?

Diario el promedio es... cada año va subiendo, ahorita el promedio es de 500, cuando nos va súper bien tenemos 700 usuarios, ya hemos llegado a 800; pero, si por ejemplo viene "Sepultura", toda la gente quiere saber, ver unas fotos por ahí, en fin, pero el promedio es de 480 a 500 algo así.

Con respecto al funcionamiento de www.musica.com.sv, dijiste que trabaja bajo el patrocinio de Germot Premper ¿Es esa la única forma que

tienen para subsistir, no han buscado otra forma de financiamiento para la página?

Ése es el gran talón de Aquiles de estos medios virtuales, si te das cuenta hay muchas actividades para que tu empresa o tú como persona o tu grupo de amigos tengan una página Web, a las empresas les sirve ahora tener su propia página Web que poner un Banner en un sitio ajeno al de ellos. Esto empezó como un aporte de Gernot Premper a la música nacional y para dar a conocer su empresa.

Yo siento como que esto de su empresa fue como pequeño capricho, de que *“a mí me gusta la música, démonos ese lujo de tener una página dedicada a la música”* pero también empezó a ver que invierte y que esa inversión no se ve reflejada en ganancia, más que la satisfacción de estar promoviendo la música, Él a nosotros nos pagaba un salario, pero eso indicaba también cómo que nosotros nos rebuscáramos para darle publicidad a la página. Ahora tuvimos algo que privó estar actualizando la página, por esto mismo, porque como que sintió que *“bueno ya no puedo con la página, entonces la voy a cerrar”* y nosotros *“No! y porqué la va a cerrar si ya nos reconocen como música, sería perder mucho”*.

El arreglo a que se ha llegado es que nadie de www.musica.com.sv gana y con que ellos (La empresa de Premper) estén dando el soporte técnico que es el servidor, un servidor que está en Miami y estar pagando el Hosting anual, de ahí queda en nosotros, ya independientemente rebuscarnos si alguien quiere invertir en nosotros. Como te digo es algo bien difícil porque llegas a tal empresa y decís: *“mire, tenemos tantos usuarios que nos visitan y usted puede promover tanto”* es más, hice un documento que nos puede servir, se los puedo facilitar, un documento que establece cuánto valdría cada banner en tal parte de la página, el tamaño que llevaría, los colores, todo ahí está estipulado cuánto puede valer y mostrar la cotización, lo ven y dicen *“¿para qué si ya tengo mi página oficial de mi empresa?”* eso nos tiene limitado, pero yo siento de que en www.musica.com.sv...bueno, hay gente que después de su trabajo, agarra la pelota de Basketball y podés jugar a botar el estrés de todo el día de trabajo, otra gente agarra la guitarra o la batería. Nosotros en cierta forma lo hacemos (eso) en musica.com.sv, es como nuestro lugar para hacer lo que la imaginación

nos deja respecto a la música, eso sí no te lo voy a negar de que es una situación que si nos afecta y que acarrea problemas y que aún estamos nosotros estamos viendo de que manera solucionar.

Una pregunta, es un poco sobre el soporte técnico que tiene www.musica.com.sv y sobre la forma que tiene para protegerse de virus, Hackers ¿nos puedes hablar un poco e esto?

Gernot Premper nos sigue echando la mano. Como en respuesta a la pregunta anterior, él ya nos volvió a llamar, que quiere que nos reunamos para seguir, porque él quiere seguir echándole ganas a la página, eso implica de que el servidor, es un servidor que lo tienen allá en Miami y ahí hay gente encargada de la empresa que está pendiente de todo eso de los virus, entonces todas esas son cosas como más técnicas. Nosotros estamos atentos a que ellos se encargan en estar chequeando todas esas cosas y que ya de ahí el servidor. El FTP sí nosotros lo manejamos, pero ya en cuestión de los virus y todo eso allá en música.com no sé como será. En Premper, que hay algo que esté chequeando que no entren virus, hay gente encargada para eso , y como aún somos parte de Premper ellos también están revisando nuestro sitio.

Háblanos un poco sobre el futuro que pueda tener el desarrollo de los medios digitales en general, y tú que laboras en un medio escrito con trayectoria y reconocimiento en el país, ¿crees que puedan llegar los medios digitales a largo plazo a desplazar al medio escrito tradicional? Que llegue un día en que La Prensa Gráfica llegue a dejar de hacer sus tirajes en papel y se pase solo a formato digital.

Yo eso lo veo en nuestro país, y te voy a hablar de nuestro país porque es la realidad en que vivimos, si lo veo muy difícil, porque yo sé que el Internet es el presente y el futuro en países que tienen cierto nivel de desarrollo. Pero como te digo, en la capital salvadoreña hay muchas comunidades que no tienen ni luz y solo 94,000 que me mencionaste tienen acceso al Internet, siento que es muy difícil que se dé, se perderían muchas ventajas que te da la edición gráfica. Creo que sí puede llegar y que cada día van ganando más espacio las publicaciones Web, pero de que va a venir a suplantar una edición gráfica yo si lo veo muy

difícil. Para mí, en nuestro país tendría que pasar muchísimos años para que se llegara a dar Para que una edición gráfica se elimina es porque vas a tener la seguridad que la edición Web va a llegar al mismo o a mayor número de lectores que tienes con la edición gráfica...

...y generar ingresos superiores...

Superiores o los mismos digamos, no es así de la noche a la mañana, hablando lo sumado de que estamos en El Salvador, si esta pregunta me la hicieras ¿y estuviésemos en Tokio?, o sea, yo leí hace como tres días que en Tokio los teléfonos fijos van a desaparecer. La gente tiene la economía, la capacidad mental, intelectual, tienen la capacidad emocional para eso, pero acá si no se tiene para cubrir otras prioridades, otras necesidades más básicas para mí eso no se puede dar en un futuro tan próximo.

¿Tal vez se podría dar el hecho de que el número de personas que accede tanto al digital como al gráfico podría llegar a ser parecido?

Sí, yo digo que la edición Web va ganando espacio cada día, pero de que venga a suplantar a la edición gráfica eso yo no lo veo posible, es como que digas que los libros van a dejar de existir, parece un ejemplo un poco radical, pero yo si lo veo bien difícil eso y para mí que se perderían muchas cosas, se pueden ganar otras pero para mí el precio que se pagaría sería muy alto, yo siento que no lo puede venir a suplantar.

¿Consideras que el medio digital es una competencia al medio gráfico o es un complemento al medio gráfico?

Dependiendo de quien lo vea. Para www.musica.com.sv, *Planeta Alternativo* (de El Diario de Hoy) es una competencia, ahora que está la sección *Extremo* (de La Prensa Gráfica) también es una competencia, a pesar de que somos página asociada con Extremo. Eso también nos ayuda a nosotros porque mucha gente que entra a la página de Extremo y nos puede visitar a nosotros también, por ejemplo para La Prensa Gráfica que está la edición gráfica y que está la edición Web, es como un complemento porque... vos sabes que el Alianza ganó la Final a las 5:00 PM, a las 6:00 PM va a estar en la Web de La Prensa Gráfica, en cambio en la Edición Gráfica va a salir hasta mañana diciendo que el Alianza ganó la final, ahí en ese caso es complemento porque la información no tiene

que esperar hasta mañana sino que ya, ahorita a las 6:00 PM se le puede decir a la gente “miren el alianza ganó y ganó así y así” en ese caso sí es complemento.

Pero por ejemplo para nosotros como www.musica.com.sv, hay ciertos medios que sí nos representan competencia porque llegan a mucha más gente, o sea, nosotros tenemos el evento de Ovni que presentó su disco y nosotros hasta ahora lo vamos a subir, claro ahí va a estar más tiempo, pero mucha gente ya lo leyó, claro no con el enfoque de www.musica.com.sv, pero ya sabe que pasó. Hay ciertas posiciones en que son competencia y complemento dependiendo de donde se vea, así se puede decir si es esto o si es lo otro.

¿Cuáles son las perspectivas a futuro que ves para www.musica.com.sv y a los medios digitales en general?

Con www.musica.com.sv, te voy a decir lo que a nosotros entre cigarros y cervezas hablamos, siempre que salimos no hablamos de otro tema, que hagamos esto, hagamos lo otro y que pensemos en esto así y hay más y más ideas y bueno, lo que nosotros soñamos es tener, puede ser una meta limitada se puede decir, pero el mejor referente que tenemos, no se si ya han visto www.elfaro.net

Si.

www.elfaro.net funciona con cierto grupo de colaboradores y hay un editor y la gente está ahí con el “feeling” de saber de que estás ejerciendo tu gusto por el periodismo, nosotros lo que ahorita nos hemos propuesto es hacer de www.musica.com.sv no solo las cuatro personas que lo hacemos y Premper, sino que hacer de www.musica.com.sv como un espacio abierto para que la gente quiera colaborar, que le de, claro sin caer en una falta de respeto al lector que te mencioné antes, lo que nosotros pensamos es tener el espacio para que la gente que quiera hablar sobre su grupo, sobre algún aspecto de la música nacional que no le parece, que www.musica.com.sv sea un espacio donde lo pueda publicar y darlo a conocer y llegar a tener un equipo... yo me pongo a pensar unas 20 personas que fuéramos, ya se puede hacer un proyecto más fundamentado, decir “vamos a funcionar así y vamos a trabajar a tal parte, miren

estos somos nosotros aquí está nuestro servicio si se puede anunciar con nosotros, pero llegar los cuatro y ven que estamos haciendo todo, eso como que, al contar con mayor número de elementos nos obligaría a estar más organizados y a tener mejor proyección que nos puede traer como ganancia, que alguien confíe en nosotros e invertir en nosotros.

Y sobre las perspectivas de los medios digitales yo le veo muy buen futuro ¿cuántas páginas han nacido? La página de www.rockguanaco.com es un ahijado de www.musica.com.sv, y ¿quién es el gran ganador acá? La música nacional, ese fruto quiere decir que se va por buen camino, que las perspectivas que se deben de tener son *“echémosle ganas, que lo que no te mata te hace más fuerte”* y si hemos sobrevivido estos cuatro años y las páginas hechas que van caminando, lo que no se tiene que perder es la fe en lo que estás haciendo, y saber que va a llegar el momento en que tu trabajo va a ser leído y que va a ser aportado para la misma causa, yo le veo futuro. Claro no un futuro que ya no se va a editar gráficamente, eso si lo veo difícil, pero si que cada día va ganando mayor espacio y que va ganando mayor credibilidad, y no tan a futuro sino que ya en nuestros días se ve que la gente confía en lo que se escribe en estos medios.

Bueno muchas gracias por todo Roberto

Entrevista con Guillermo Funes, periodista de www.rockguanaco.com

Para empezar, ¿nos puedes hablar un poco sobre la página donde trabajas? Que en este caso el www.rockguanaco.com, háganos un poco de ella, de qué trata, su historia, cómo surgió, etc.

El sitio es www.rockguanaco.com, es una revista de música por Internet que tiene diferentes servicios, que por cierto, hoy nos van a dar los servicios. Iniciamos con un formato de notas mas que todo informativas, hubieron no

tantas publicaciones como cuando empezamos a tomar el ritmo de la página, por eso quedamos en Stand By. Vamos a trabajar hasta que tengamos todos los servicios del Web Hosting. Es patrocinada la página, no hemos pagado nada, www.rockguanaco.com es una marca de la empresa Boxes Media. Esta empresa es la ganadora de la arroba de oro 2003, ellos ganaron con el sitio www.animados.com; entonces, con el hecho de abrirse más mercado, han hecho diferentes sitios para cubrir varios espacios, no solo a la música, aparte de cultura, empresarial e internacional, entonces con nosotros esa es la idea, tratar de abarcar con esa empresa todos esos gustos y vigencias que tienen diferentes personas en la sociedad.

¿Sería tratar de llegar a diferentes segmentos?

Exacto, la idea surgió de un trabajo en la Universidad, los tres estamos llevando una materia que se llama: “*Administración para Comunicadores*”, debías crear una empresa, nuestra empresa fue www.musica.com.sv, ya estaba aprobada, y Roberto Díaz tenía los contactos directos, ya se nos hizo más fácil y llegamos a comprender la estructura y el conocimiento de cómo hacer una revista.

¿Se mantuvo entonces una alianza entre ambas páginas, www.musica.com.sv, y www.rockguanaco.com?

No una alianza, era parte del trabajo, era nuestro proyecto universitario; entonces, al ver cómo era el funcionamiento salió la idea de hacer una, de hecho, tenías que hacer un sitio Web que tenía el apoyo de otra materia que era: “*Periodismo Electrónico*”, ése era el proyecto en sí y como teníamos el contacto directo con esa revista de música, que en este caso era www.musica.com.sv, entonces nosotros decidimos hacer nuestra página así. Cuando nos reunimos a trabajar ya el diseño del sitio, vimos que estaba libre el dominio www.rockguanaco.com, lo compramos porque es un nombre fácil e identificable y de ahí se empezó en un hecho real, un sitio propio, así es la idea de cómo surge la idea de www.rockguanaco.com

Había un equipo de siete personas, pero con el problema del Web Hosting, dos desertaron, los demás a la espera y ahora casualmente que tuvimos la reunión para que nos entreguen eso, el viernes tenemos la reunión con todos y empezaríamos la próxima semana con todos los servicios.

¿Cuáles son esos servicios que ofrecerían?

Fíjate que los servicios que se habían detallado son los básicos: videos, mp3, foros, aparte de que la gente pueda opinar sobre un tema porque no va a perder la visión periodística que tienes, vas a escribir con lo que ya sabes, con lo que has aprendido porque los que están dentro del sitio algunos son músicos, saben de música y estudian periodismo, mantienen esa línea, la gente va a poder opinar sobre sus notas le da más interacción a la gente...

... Al tener una retroalimentación en tu formación, no solo vas a hablar en el aspecto musical sino también en la formación del aspecto periodístico.

Claro, y la crítica para los mismos escritores, escribo de alguien bajo mi percepción pero puede que a alguien no le parezca y me puede criticar a mí, así mantienes ese interés de la gente porque va a estar: "a ver qué escribe ahora" y mantener ese juego...

... que es la interacción.

Exactamente, ese tipo de foro, se pone la idea de cada persona. No sé si ya maduraron la idea con el encargado de ventas de la empresa Boxes Media el hecho de vender discos y artículos por Internet, en eso hay también propuestas de música latinoamericana y europea dependiendo de la semana y de la publicación que sea, así se van a dar recomendaciones, básicamente ese es, darle un poco de animación.

¿Cuáles crees que son las características o los conocimientos que necesita tener una persona, un estudiante de periodismo o periodista que quiere trabajar en un medio digital, que en este caso es tu revista que solo tiene edición en Internet?

Básico, tener un conocimiento mínimo de los programas en los cuales se va a trabajar, por ejemplo el programa que se está utilizando en el diseño es el *DreamWeaver* o todo el Macromedia para hacer Flash y animaciones y todo eso, y como mínimo tienes que saber un poco de esto porque te puedes encontrar con que están subiendo algo y de repente no se sube bien, y cuando te metes a

cómo se va a ver en Internet te das cuenta de que viene en otro formato de página, se maneja en base a hojas y estilo eso también debe ser básico. Tener tu *"hoja de estilo"*, y es necesario de que todos lo sepan, por ejemplo cuál es el tipo de letra que va a llevar el título, para que tenga una formalidad y continuidad, un manejo técnico, no de programador, porque esos son los que eso estudian; pero un manejo mínimo, saber al menos ciertas cosas de los programas, cosas técnicas.

Aparte de eso, no se escribe igual en Internet que en la prensa escrita o periódicos, tampoco en radio y televisión, cada medio de comunicación es diferente, acá debes de tener en mente de que sí por ejemplo en un periódico te dicen algo en dos páginas, yo lo tengo que hacer con la mitad de una página, porque es más cansado leer en Internet que en la prensa escrita. La gente no te va a estar leyendo cuatro páginas en Internet o cuestiones de espacio, o de que la letra muy junta, entonces tener que hacer que el *hipertexto* (texto usado en Internet) algo resumido y concreto, sencillo, saber usar oraciones simples para que la gente entienda fácil y que no estés leyendo puro testamento.

También eso es importante, el hecho de cómo está diseñado el formato de la página, hay unas páginas que son hacia abajo, vas bajando y sentís que nunca se acaba y es puro texto, ya no te lo va a leer la gente y la idea es que lean y que le digas al otro: *"mira que bueno está el artículo"*, *"métete a esta página porque está buena"* y así vas a tener más visitantes. Tener ese criterio y ese formato, darle una media página y pasar a otra para que la gente tenga ese espacio, acordate de que todo es visual, se capta lo que se ve, si ves espaciado y poco a poco te da más ganas que leer que ver todo junto.

Hablando sobre el estilo de la página digital en Internet y el escrito, ¿Qué otra diferencia o ventaja ven aparte del impreso?

En mi caso que es patrocinio, el precio. Un tiraje bueno de una revista impresa es carísimo, debo de vender primero para tener patrocinadores que me den unos 50 ejemplares por ejemplo. El costo de una revista impresa depende del número de páginas, Full Color que es más caro todavía, no manejo cifras exactas pero si es caro, te puede costar hasta 50 dólares la página Full Color y en Internet puedes hacer hasta 1000 páginas si quieres. No sirve de mucho

tampoco porque no puedes cargar tanto el sitio, hay secciones que están del Web Hosting o del técnico o del que maneja el diseño del sitio, una página para esto van generando más páginas...

... y aparte te abre todo un abanico de oportunidades, cosa que no puede hacer el medio impreso.

Claro, algo muy importante en los sitios de Internet son los hipervínculos por ejemplo, si estoy escribiendo algo acerca del Jazz puedo hacer un "Link" con sitios de Jazz Cubano o sitios de Jazz Puertorriqueño, Gringo o sitios que tienen historia del Jazz, ahí ya te abre una variedad de información que está desde mi página, con nosotros interactúas ¿y en una revista?

Solo lo que está ahí.

Es más fácil que estés en Internet, haces "Clic" a que una gente vea los mismos sitios. Por ejemplo, hay una revista impresa y el mismo tema dice: "visite este sitio", los que estén realmente interesados lo van a hacer, pero el que está en Internet solo hace "Clic", en cambio éste debe encender la máquina, tiene que meterse en Internet, tiene que ver el servicio y aquí no hay cultura o interés por la lectura. Otra cosa, por ejemplo en Internet se escribe a una columna, en medios impresos como revistas puedes escribir a dos o tres columnas.

¿Crees que con la aparición de Internet se facilita la apertura de nuevos espacios informativos y periódicos? ¿Cuáles son las ventajas de publicar en Internet y las dificultades y desventajas que también tiene?

La ventaja del Internet es la *independencia*, en nuestro medio en el contexto salvadoreño los medios son parcializados y son empresas que tienen vocación empresarial y no periodística, y todos los que están en periodismo lo saben.

Vas al *Diario de Hoy* y ya sabes que tienes que escribir de acuerdo a su ideología, por que ellos tienen quien les da la publicidad, que TACA, etc.. Son empresas privadas con la derecha y todo ese círculo, en cambio en Internet hay un poco más de independencia, mientras vos estás subsistiendo en ese sentido, al menos para nosotros, se hace independencia en que escribas como querrás, lo que querrás. Sí se mantiene una organización periodística porque sí hay un

editor en el sitio, en este equipo hay quien se encarga de la edición de texto; pero sos libre de escribir las cosas...

...hay más libertad de opinión.

Exacto, hay más criterio independiente, no hay alguien que te diga: "no pongas esto porque éste ya no me va a pagar porque está en contra de esto", un ejemplo claro es el periódico www.elfaro.net es independiente, se busca independencia periodística, ésa es una de las ventajas. Una de las desventajas, es la manera de *subsistir*, si tienes un buen patrocinio vas a subsistir, la estrategia de ventas de nosotros es los visitantes y la publicidad gratis.

Gracias a Dios, una de las ventajas que tenemos con el sitio, así como éstos chavos de Boxes Media, quienes ganaron la Arroba de Oro,(es que)tienen publicidad en www.elsalvador.com, ahí puedo pedir publicidad por un mes con un Link directo a mi sitio y ¿cuánta personas visitan www.elsalvador.com? Diariamente lo visitan como un millón, es decir, todos los días, entonces cuando voy a vender mi sitio digo: "*mire tengo tantos visitantes*" mi público meta es éste y su producto está enfocado a éste público meta y ahí comienzas a cobrar los banners que empiezas a poner en el sitio, eso es bueno en cierta medida, cierta vez ellos no paguen o cobres tanto, para que ellos no te exijan que no escribas esto, porque ahí ya empiezas a limitarte también, ésa es una, la manera de existir es que como es un medio instantáneo debes estar al tanto, qué por ejemplo: hoy hay un Woodstock en El Salvador, lo tengo que cubrir así lo que va pasando a las 2:00 PM una nota y tengo que mandarla ya, y ahí a las 4:00 PM pasa algo, y a las 8:00 PM va a tocar Peal Jam lo tengo que escribir. Tenés que estar en contacto, la gente está y el que entra al sitio debe ver información actualizada.

Aquí es más difícil. La ventaja que ahora tenemos con el sitio es que vamos a poder subir desde cualquier computadora que tenga los programas Dream Weaver eso facilita la instantaneidad, pero la desventaja es el poco acceso que tenemos acá que todas las máquina... o sea que no hay una cultura tecnológica, de que todas la máquinas tienes sus programas y todo eso,. Aunque tengas que ir a cubrir porque ahorita nadie nos está pagando, es una cuestión de la gente por colaborar, por hacer algo por la cultura musical en el país, tiene que salir de

tu dinero, eso es desventaja y en parte es ventaja porque un medio escrito suele escribir lo que pasó ayer es hoy.

Según el PNUD la cantidad de personas que tienen acceso a Internet en El Salvador, al menos para el 2002 y en el último informe así lo sacaron era un aproximado de 94,000 personas, vemos que la cantidad conectada es mínima ¿Cómo ven éste fenómeno ustedes y en qué medida ven que los afecta?

El Internet en el país está virgen, y si la gente es inteligente va a hacer dinero en esto, enfrentarlo ahorita para que esto cambie por el mismo consumismo, así como los celulares empezaron caros, las computadoras costaban 10,000.00 colones hoy cuestan 500 dólares y una buena marca. Y los precios van a ir mejorando conforma la demanda y la necesidad de la gente por tecnología, eso es más a largo plazo, ese dato es del 2002. Hemos visto un documento en que en zonas rurales ya hay acceso a Internet en ciertas instituciones, escuelas, caso concreto en Chalatenango. Poco a poco la demanda de máquinas en una casa va a ser siete de cada diez personas y ahora puede ser tres de cada diez por ejemplo, eso es más a largo plazo.

¿Qué soporte técnico utilizan para crear el sitio y para protegerse de todos los problemas que por su misma naturaleza a veces en Internet pueden encontrar?

Esa pregunta, nosotros solo somos los encargados del contenido, quién está encargado del formato y el diseño del sitio es Gustavo Gutiérrez el director de arte, el teléfono es 211-7745.

¿Qué piensas sobre la aparición de otras páginas electrónicas? como www.musica.com.sv, www.rock.com.sv, que de alguna manera persiguen darle ese enfoque periodístico a la información.

Es bueno, así se abren más espacios, que Internet de esas oportunidades, lo bueno es que hay gente que quiere hacer las cosas. En unas cosas las cosas ya están hechas y uno solo llega y ya estuvo, en otros casos hay que irlos haciendo, la disponibilidad y ver que tienes un espacio y hacerlo es de felicitar,

porque así vas a tener más informado a la gente a la que vas dirigida, yo estoy de acuerdo y que bueno sería que desde el colegio te enseñaran a hacer un buen sitio Web, tantas expresiones no solo de música sino que indiferentemente a tu gusto si te enseñan desde el colegio el sitio Web se hace así y pueden seguirlo así, te cuesta tanto tener tu dominio, lo vas a actualizar así, créeme que habría mucha gente que ve una lumbre donde poder expresarse, yo siento que es excelente.

¿Qué futuro le ves a las páginas periodísticas informativas?

Si subsisten, le veo buen futuro, lo que te decía, el Internet aquí está virgen.

¿Piensas que de alguna manera podría sustituir al medio impreso?

Si sube el mercado potencial de las personas que tengan acceso a Internet en sus hogares, van a preferir Internet, ahora que ya está barato, 30 dólares por Internet ilimitado en INTEGRA. Para una familia promedio hacer un poco de esfuerzo se da, tener mucho mayor auge informativo en una máquina con Internet, con los clic en varios sitios puedes saber todo, pero en una revista y periódicos te limitas a lo que está ahí.

¿Qué futuro le ves a www.rockguanaco.com?

Prácticamente empezamos de cero y el futuro es la persistencia y esperar que las estrategias que han pensado los de Boxes Media son buenas para el funcionamiento y para el lucro que se le pueda sacar y la experiencia que puedas tener, que vas ganando en ese sentido

Eso sería todo, mucho gusto y gracias.

Entrevista con María Marcela Fonseca, administradora de información del portal www.serviciosfinancieros.com.sv

Para comenzar, ¿nos puedes hablar sobre las características en sí, de qué se trata el sitio electrónico de Infocentros, qué tipo de servicios ofrece?

Son dos portales que tiene la asociación, uno es propio de Infocentros que es www.infocentros.org.sv, los servicios que prestan son de cultura, temas de actualidad, portales temáticos, hay salas de diversión por ejemplo, hay enlaces para otras instituciones. El otro es dentro de los portales temáticos de Infocentros es el portal de Servicios Financieros (www.serviciosfinancieros.com.sv) éste es auto sostenible, es el que administro. Las características de éste es brindarle al usuario toda la información referente a bancos, pensiones, bolsa de valores y de seguros, entonces el usuario que entra a servicios financieros es un poco más selecto.

Lo que se busca, nosotros como Infocentros es educar al usuario a aprender a utilizar las herramientas tecnológicas, como el Internet por ejemplo, para solicitar

un préstamo, escoger un seguro de vida, para llenar una aplicación para un crédito, es como una herramienta cultural también para educar al público.

Dijiste que se dividen en dos sitios, el área de Infocentros y el de Servicios Financieros, limitándonos al área de financiera ¿cómo se encuentra estructurado éste sitio, el organigrama?

Servicios Financieros y organigrama está dentro de el portal Infocentros porque es un portal temático, e incluso es auto sostenible, porque todos los banners que están ahí por ejemplo en bancos, hay dos bancos, en pensiones está la organización de Infocentros.

¿Como cuántas personas la conforman?

¿Me hablas de la estructura de los que trabajamos en Infocentros?

Correcto

Hay diseñadores y programadores que eso es para todo, dentro del portal en servicios financieros tenemos alianzas con los bancos que están ahí, que es el Banco Agrícola y el Banco Hipotecario, con la Bolsa de Valores también, en los seguros están las trece aseguradoras del país que consolidan la información en ASES, que es la Asociación Salvadoreña de Empresas y Seguros, está bancos, seguros, empresas y bolsa.

Tienes varias alianzas con diferentes empresas respecto al servicio.

Si, porque es auto sostenible, no recibe aporte de la asociación, sino que es como una sub-marca, así la veo yo: Infocentros portal servicios financieros, es como que la mega marca es Infocentros.

Hablando un poco sobre la preparación para llegar a hacer todo esto, específicamente trabajar para la línea del Internet, digamos para un estudiante de comunicaciones, alguien que esté estudiando periodismo o incluso un periodista que ya se graduó, ¿Qué tipo de requerimientos necesita para poder trabajar en ésta área como el caso de Infocentros?

Las herramientas tecnológicas, es que la diferencia del periodismo normal y el cyber-periodismo, si lo quiere llamar así o el periodismo digital, la diferencia es el manejo de los Software por ejemplo, que un periodismo habitual pues no da tiempo: Tú tienes que saber cómo subir información, qué imágenes buscar, porque no todo es que vas a ir a cubrir y a tomar fotos, como una herramienta inmediata, y solo una persona no te lo va a cubrir, entonces lo que hacemos

nosotros es buscar el contenido y luego buscar las imágenes, pero para eso tienen que manejar varias herramientas, ... El Faro por ejemplo utiliza su propio software para subir información y todo y nosotros también usamos nuestro propio software, pero para mí lo que necesitan es especializarse en el manejo de software.

Tanto en el manejo como en el Software como el manejo periodístico en el tratamiento de notas.

Si porque es diferente.

Entonces el periodismo se hace presente en lo que es la manera de proporcionar información, es importante saber qué y cómo escribir para las personas.

Si, por ejemplo el portal de servicios financieros se divide en cuatro portales, ya te los mencioné, bancos, bolsas, pensiones y seguros. todos esos portales se dividen en áreas, si quieres te lo puedo pasar por escrito.

Si, por favor

Porque, por ejemplo bancos tienen servicios financieros, actualidad, productos financieros, créditos y banca electrónica, seguros actualidad orientando al asegurado, marco regulatorio, tiene sus indicaciones, vínculos, y así tiene las mismas pensiones que seguros, entonces el acuerdo es que entre todo los que están por ejemplo en las aseguradoras tienen que generar el contenido del portal, qué es lo que quieren que se publique, porque acordate de que es una herramienta de mercadeo también, por medio del portal también quiere captar gente que les escoja un seguro por ejemplo.

Y en este tipo de trabajo ya se han encontrado con algún tipo de dificultad o inconveniente debido a consecuencias del sitio, problemas como lo son los virus de Internet, que pueden meterse los Hackers, y todo eso requiere de un protocolo de seguridad que cada página debe de tener, no sé si me puedes proporcionar algo sobre qué tipo de seguridad mantiene el sitio Web.

Esa información te la voy a deber porque eso es trabajo propiamente del programador, yo lo que hago es el manejo de la información, yo soy la que redacto, la que investigo la que cubre eventos o cubre alguna noticia. Está el

equipo que hace el diseño de la página, se acaba de remodelar hace poco, remodelamos el sitio para la Arroba de Oro en la que estamos participando, hay diseñadores, está la administradora de contenidos que soy yo, programador, están los que hacen las cosas virtuales, pero esa información te la voy a deber.

Hablando un poco sobre los medios de comunicación, puedes encontrar que por ejemplo puedes encontrar en periódicos aspectos de finanzas, de seguros y todo ese tipo de cuestiones ¿qué diferencias más representativas ves con respecto a las ventajas que puede proporcionar el sitio en Internet comparado con los medios de comunicación? Por que puede ser de que exista una gran diferencia entre ambas cosas digamos, ayuda más personalizada o cosas así

Si, por ejemplo en un papel no puedes poner que te llenen una solicitud, o si tienes una duda ahí mismo...

...solo hayas información que está lo ahí escrito.

Entonces la ventaja es la *inmediatez* que por ejemplo te metes a bancos y ves una noticia de por ejemplo, una empresa quiere exportar algo, ve el artículo y tiene alguna duda, ahí mismo ponemos el teléfono o el correo del banco, ellos inmediatamente, o si quieres solicitar tu crédito, ahí mismo lo puedes hacer igual si necesitas un seguro ahí lo puedes hacer, es más personalizado, trata de llegar más al usuario, se trata de acercar más, y para eso hay que educarlo porque sabiendo la gente que puede hacer eso todavía va ha hacer las grandes colas a los bancos a solicitar un crédito o a dejar todos los documentos, cuando en el banco lo único que te dicen que también lo puedes controlar por correo, entonces tú lo puedes hacer desde tu oficina, desde tu casa., la ventaja es la inmediatez, la desventaja para mí es que hay tantas fuentes de información en Internet, o sea de que lo que lo que escribes tiene que estar sustentado.

Respecto a eso que acabas de mencionar, estábamos investigando lo que son los derechos de autor, para cada página, porque cualquier sitio de Internet puede no ser fiable con respecto a la información que proporciona.

Fíjate que lo que nosotros hacemos cuando tenemos problemas los asociados, con los que tenemos alianzas tienes instituciones, bancos, seguros y todo eso todavía no están acostumbrados a generar información y no nos ven como medio de comunicación, mi problema es conseguir las fuentes, es decir, lo que

yo hago es buscar noticias, monitoreo todos los periódicos de financieros también y busco noticias de interés, tomo de todas las páginas de los bancos y ver como genera interés o artículo de algo. Lo que hago es bajar la información, investigar y reeditar para que no parezca igual aunque las ideas sean las mismas pero sabes que dándole un enfoque diferente ya la página ya no es del autor aunque la idea pudo haber sido de él, pero como investigué, podría ser un tema de pensiones aplicados solo a España, pero puede ser que sea un tema de aquí, lo que tengo que hacer es investigarlo aquí en el país, por teléfono o por correo y se aplica aquí, se reedita la información así trabajo yo.

Todo eso con el objeto de crear mayor aceptación para el sitio, que personas lo visiten y que puedan consultarlo a través de ustedes. Y, bueno ¿algún problema que tuviesen desde el principio con respecto a esto de la aceptación con el sitio?

Para mi el portal lo que necesita es *difusión*, te puedo pasar las estadísticas de cómo nos hemos estado moviendo en los primeros seis meses, el número de visitas anda por los 4,000 usuarios, creo que son mensuales pero, como te repito eso es del portal de servicios Financieros y como se dividen en cuatro portales más, cada uno tiene número de estadísticas. Para mí, bueno algo que no te mencioné es que éste es un proyecto impulsado por el BMI, el portal necesita difusión, los usuarios son como selectos entonces el problema es que no podemos hacer como correos cadena porque eso es ilegal entonces buscamos herramientas como es el boletín de servicios financieros que se emite semanalmente, son los suscriptores.

¿Sería difícil tratar de decir a qué tipo de público van dirigidos?

Eso nos lo pregunta todo el mundo y realmente está... a menos que pongamos a los de seguros lo vamos a poner porque fue solicitado por ellos vamos a poner dos cosas: Uno que si el tipo de información que encontró le ha servido y le ha sido de utilidad y dos, bueno las características generales de quien nos visitó, aunque realmente no creemos que muy confiable los datos porque puedes encontrar en Internet cualquier cosa, no es veraz. A lo que nosotros nos

tratamos de enfocar es algo más educativo, pueden ser estudiante, gente que esté interesada en temas bancarios...

Es una gama bastante amplia.

Ahí si no te puedo decir qué tipo de gente visita el portal, pero fue diseñado para personas que buscan información, temas generales y financieros.

Estábamos viendo que según el último dato que dio el PNUD, solamente hay 94,000 personas que tienen acceso a Internet, ven esto como algún tipo de problema o efecto que pudiese tener el limitado número de personas.

Bueno, hay 41 Infocentros en el país, entonces lo que se ha tratado es sacar una campaña a través de La Red de Desarrollo, del BMI siempre en donde se invita a la gente, estudiantes más que todo, a que se acerquen a los Infocentros, si enseñas tu carné de estudiante, no estoy segura pero creo que es gratuito, un Infocentro es gratuito, ahí quien se interese y limitantes para la información...

No lo ven como un obstáculo.

En realidad no.

Como nuestro tema es sobre el Internet como generador de nuevos espacios, qué tan conveniente ves el hecho de que a pesar de que el mercado potencial de Internet en el país está bastante bajo, es positivo de que ya varias personas estén realizando sus propios sitios 100% salvadoreños, ¿qué tan bueno es esto para el futuro del país?

Para los empresarios, buenísimo. Aquí quien quiere y hace su pequeño proyecto e investiga bien las instrucciones que están ahí hace buenas cosas. Yo creo que los empresarios deberían interesarse más en utilizar este tipo de herramientas, en la Red del Desarrollo siempre del BMI, ah! Bueno en Infocentros incluso hay un portal para micro pequeña y mediana empresa, se les capacitó a cierto

número de micro y pequeños empresarios para que ellos mismo levantaran sus propias páginas Web, entonces son como... te voy a dar ese dato también porque es muy interesante, hasta un proyecto del BMI, incluso una compañera que hace como velas artesanías ella levantó su página Web y por ejemplo ellos invitan a seminarios a otros países, mandan información de precios, es como que los mismos pequeños empresarios se unen. Para mí, todo este tipo de iniciativas, para mí esta herramienta de Internet mueve, mueve a niveles que no topas.

Algo que llama la atención es que en los otros sitios que hemos investigado, ellos tienen su propio patrocinio y de esa manera se sostienen dentro de lo que es Internet, en éste caso es un poco diferente, me mencionaste que se mantiene a través de un autofinanciamiento, entonces ¿qué futuro de ves tú a los sitios en Internet a medida que va creciendo, habrá algún tipo de cambio para esto o ves algún tipo de futuro para este tipo de espacios?

Si no le dan mantenimiento y su página es comercial y no se ve financiamiento, obvio que se te va a caer, ahí es la creatividad y la estrategias de mercadeo que uses para conseguir financiamiento, así fue con el de servicios financieros primero comenzó como un proyecto y se identificó las instituciones a las que se querían llegar y a cada una se les hizo una presentación y se les vendió la idea, a través del tiempo hemos ido cambiándole cosas al portal donde las funciones hemos limitado, hemos quitado a medida de mantenerlos a ellos bien y que funcione, el próximo para nosotros es la difusión a instituciones y estudiantes, siempre hay una feria o un congreso de algo, y que vamos a poner un stand, lo que queremos hacer también con una alianza con las universidades para que en el sitio Web de ellos pongan por lo menos un Link del portal servicios Financieros con la idea de, yo le decía a la gente en la última reunión que tuvimos que como que nos enfocábamos en los estudiantes, aunque para ellos decir estudiantes es como guau! no estamos llegando a muchos, pero para darle un tono más fresco allá queremos ir a las universidades que para decirles que pongan un link, para que si los estudiantes quieren un tema de algo en temas bancarios.

Y que vayan conociendo desde ya el sitio.

Así es.

¿Qué expectativas le ves tú a los Servicios Infocentros a largo plazo?

Infocentros ya es una marca de peso lo que esperamos es ser útiles a la sociedad, nosotros esperamos proyectos de tecnología siempre ayudar para llegar nosotros a la gente, acercarnos más a la gente, lo que esperamos es que la tecnología nos ayude a ser una mejor sociedad, por ejemplo ha venido el *Proyecto Get Way* que es una marca que ganó Infocentros, ahorita estamos trabajando en eso, y tiene la finalidad de brindar a la gente otras instituciones e ir a capacitar a la gente para el uso de la herramientas, las escuelas, capacitar a la gente de ahí sobre el uso de herramienta tecnológicas y de ahí a una sociedad, etc, etc.

Estábamos viendo de que según los Pensum de diferentes universidades no cubren a cabalidad los requerimientos mínimos para poder desenvolverse dentro del área del Internet, por ejemplo, hablar del periodismo electrónico solo lo cubren dos universidades son una sola materia,

¿Cuáles?

Me parece que una materia de periodismo electrónico en la UCA y una maestría, las personas que estudian comunicaciones el manejo de tecnologías se limita demasiado, solo ven introducción a la informática y ahí murió todo, entonces ¿Qué recomendación harías respecto a la preparación académica que debería de haber para los distintos colegios y universidades?

Deberían de actualizarse, una materia o dos enteramente solo a eso, a prepararlos y púes realmente aquí como no hay especialidades en algo. El Caber periodismo o periodismo digital es una especialidad, estudios siento yo muy aparte porque salís de periodista pero realmente el manejo de los softwares y todo eso no lo tienes. Para mi las universidades deben de actualizarse, modernizar su Pensum.

Deberían más que todo darle un poco de prioridad sobretodo a los que están estudiando periodismo, no solo a los conocimientos técnicos y ya estuvo, de que cómo saber redactar una nota y hasta ahí llegó, pero no tomas en cuenta de que están las nuevas tecnologías a las que te puedes acoplar dentro del área del periodismo, definitivamente los recursos académicos son aún muy limitados.

Lo que hacen las universidades es mandarte a cursos de Word y Excel cosas así de Internet.

Es muy limitado.

Yo me acuerdo que cómo redactar una nota en Internet yo lo vi creo que un mes, de ahí cuando fui a un periódico, algo duro, proyectos duros, cuando vine aquí casi dando vía...

No se redacta igual.

Es diferente la redacción, pirámide invertida, todo es diferente los párrafos cortos, única idea, máximo tres o cuatro líneas, sabes que el usuario entra, no lee, le da una media hojeada y si le gusta los primeros cinco segundos ya lo tienes o sino unos diez segundos que se queda leyendo una nota u hojeándola ya es tuyo de lo contrario no, todo lo tienes que manejar y por ejemplo saber que el título que le vas a poner en la noticia es el que va a aparecer en el buscador, tiene que salir rebuscado, tiene que salir general a menos que tu público sea selecto.

¿Algún consejo que quisieras darle a los estudiantes de comunicaciones y de periodismo que algún día van a entrar en este ambiente y se va a dar cuenta de que todo es distinto?

Mira, quienes hacer aquí Cyber periodismo son pocos, son poquísimos, lo que se usa es periodismo normal lo que pasa es que es un poco más de riesgo por lo mismo de que piensan de que solo buscas en Internet y de dan copy paste, mi consejo es que se especialicen y que comience a apoyarse ante salir de la universidad si quieren especializarse en eso.

No limitarse solo a lo que da la universidad.

Es que estudias en la universidad pero en general a menos que sea un Pensum como en la Don Bosco, que está publicidad o medios o como en la Uca periodismo, pero que si quieren que se especialicen y que aprendan a hacer su propia página Web, cómo darle mantenimiento, que vean manejo de Software, en fin.

Ya para ir terminando, alguna anécdota que haya servido como experiencia para mejorar tu calidad de trabajo.

Es que son cosas tan complicadas, para empezar no soy especialista en temas financieros, cuando yo suelo participar más en reuniones de seguros y bancos me quedo callada, se pueden hablar disparates que hasta las grabo porque son cosas tan técnicas porque es algo financiero.

Se deben saber nuestros límites en el área de trabajo. El sentido de esta pregunta es para reflexionar en el hecho de que si se trabaja en cierta área de trabajo debes de comprender que tus límites están marcados de alguna manera

Mi mensaje es que si te quieres especializar, comiences lo más pronto posible con cursos, hay cursos de manejo de software

Ver la manera de cómo poder instruirte y prepararte tanto académica como personalmente.

En Internet puedes hacer de todo, puedes escribirte a un curso en México, una tarea para un universitarios, buscas la información y ahí está, puedes comprar un carro, puedes importar, puedes exportar, los beneficios son muy grandes, claro los riesgos, el plagios, los espías que se meten, pero tienes todo ahí, es un mundo fascinante, y el haber periodismo aquí está en pañales, y seguir trabajando, aquí la gente de la bolsa de valores especializa a los periodistas es más van a dar un seminario dentro de poco.

Bueno entonces eso sería todo, muchas gracias.