

**Universidad de El Salvador
Facultad de Ciencias y Humanidades
Departamento de Periodismo**



Título:

**"Usos y aplicaciones de Internet en la Prensa Salvadoreña:
La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy, TeleDos de Telecorporación
Salvadoreña y Hechos de Canal 12"**

Autores:

**Erick Encarnación Alvarez Cornejo
Antonieta Guadalupe Cruz Moreno
Marco Antonio Perdomo Constanza**

Asesor:

Lic. Alberto Araujo Funes.

Ciudad Universitaria, 28 de junio del 2001



© 2001, DERECHOS RESERVADOS

**Prohibida la reproducción total o parcial de este documento,
sin la autorización escrita de la Universidad de El Salvador**

SISTEMA BIBLIOTECARIO, UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

AGRADECIMIENTOS

A Dios todopoderoso por habernos permitido alcanzar uno de los ideales más importantes de nuestras vidas.

A nuestros Padres y Hermanos por su incondicional apoyo, sobretodo, en momentos cuando la luz parecía desaparecer al final del túnel.

A nuestros Abuelos por sus consejos sabios que nos permitieron perseverar hasta el final de este maravilloso sueño.

Al personal docente del Departamento de Periodismo, de la Universidad de El Salvador, por compartir con nosotros el pan del saber a lo largo de la carrera.

Un especial reconocimiento al Lic. Alberto Araujo, nuestro asesor por su orientación y apoyo en cada momento a lo largo de nuestra formación, con énfasis, en la última fase de la carrera;

Y a todas y cada una de las personas que de una u otra forma contribuyeron a ser de nuestro ideal una realidad.

Atentamente

Erick Alvarez Cornejo

Antonieta Cruz Moreno

Marco Antonio Perdomo

INDICE

INTRODUCCION	iii
Capítulo I: DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO	
1.1 Delimitación del objeto de estudio y justificación de su elección	6
1.2 Objetivos de la investigación	8
1.2.1 Objetivos Generales	
1.2.2 Objetivos Específicos	
1.3 Preguntas guías de la investigación	9
1.4 Hipótesis de la investigación	10
1.5 Metodología	11
1.5.1 Corpus de análisis	13
1.5.2 Tipo de investigación	15
1.5.2.1 Paradigma a partir del cual se estudió el objeto.....	16
1.5.2.2 Procedimiento.....	17
Capítulo II: CONSIDERACIONES CONCEPTUALES	
2.1 Antecedentes históricos del objeto de estudio	22
2.2 Conceptualización básica sobre el objeto de estudio	25
Capítulo III: EXPOSICION, ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	
3.1 Presentación sistemática de resultados	34
3.2 Discusión sobre el alcance y significado de la teoría	55
Capítulo IV: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	82
Fuentes consultadas	87
ANEXORODUCCIÓN	

Ilustrar de forma concisa y detallada los antecedentes, usos y aplicaciones de la Internet en la Prensa Salvadoreña fue el propósito de esta investigación.

Este esfuerzo investigativo recoge los antecedentes históricos sobre el origen y evolución de Internet a nivel mundial, su llegada a El Salvador, así como los usos y aplicaciones de esta moderna herramienta en la Prensa Salvadoreña.

De forma desglosada se presenta la determinación del objeto de estudio y los objetivos generales y específicos que justifican la investigación; así como los elementos y técnicas que constituyen el corpus de análisis.

Dentro de las técnicas utilizadas para la recolección de datos se recurrió a la observación no participante en las salas de redacción de los dos principales periódicos de El Salvador, como son “La Prensa Gráfica” y “El Diario de Hoy”; de igual forma se procedió en los noticieros televisivos, “TeleDos” ,de Telecorporación Salvadoreña y “Hechos” de Canal 12.

Como un complemento y mediante la aplicación de la entrevista y el suministro de cuestionarios a los directores, jefes de prensa, redactores y reporteros de los medios de comunicación que integran la muestra del estudio, se obtuvieron otros datos no menos

importantes para el análisis e interpretación del fenómeno de la Internet, parte medular del contenido que a continuación se presenta.

Como toda temática de estudio, la Internet posee su propia terminología técnica básica e imprescindible para la comprensión y explicación de la herramienta en sí, razón por la cual, los términos elementales son mostrados de forma concatenada y aplicados en la medida de lo posible al campo de las comunicaciones.

Aparte de la muestra del instrumento de recolección de datos, se adhiere una pormenorizada calendarización de actividades, es aquí donde se describe el orden lógico y temporal en el que se desarrolló la investigación.

Es de hacer notar que la orientación de la investigación es de carácter cualitativo - cuantitativo, con ella se pretende sentar las bases para posteriores estudios que probablemente abordarán otros tópicos relacionados con Internet, en la medida en que ésta vaya evolucionando e incursionando en el ámbito de la comunicación periodística.

Los beneficios que los medios de comunicación salvadoreños obtienen de la Internet, las razones que los ha llevado a invertir en ella así como su utilización práctica en las salas de redacción, son los ejes centrales del análisis cualitativo.

Se incorporan además datos cuantitativos representados de forma gráfica y ordenada, los cuales servirán de soporte para facilitar el análisis cualitativo de los aspectos relacionados con la Internet en la Prensa Salvadoreña.

La investigación cobra mucha importancia, debido al momento histórico de transición por el que atraviesa Internet a nivel mundial en la actualidad, el cual podría compararse al momento que se vivió en 1455 cuando Gutemberg, creó el primer sistema efectivo de tipos móviles que dio paso a la impresión masiva de libros, despertando una verdadera epidemia y sed por la información que no solo se mantiene hoy en día, sino que evoluciona a pasos agigantados con la llegada de las nuevas tecnologías, entre ellas Internet.

Las referencias planteadas recogen y justifican la trascendental importancia que motivo la realización del presente estudio, sobre un tópico del que al menos en El Salvador, no se ha escrito mucho dada su reciente llegada e incipiente aplicación.

Sin la intención de cubrir todos los aspectos y ángulos de lo que por ahora significa la Internet, y menos aún, de predecir su evolución y alcance posterior, quedan planteados los insumos que podrían servir de origen y base para la realización de futuras investigaciones sobre el tema.

CAPÍTULO I

DEFINICIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1 Delimitación del objeto de estudio y justificación de su elección

Ante la escasa información disponible sobre los usos de Internet en El Salvador, especialmente en el campo de los medios de comunicación, y dado el apogeo de esta herramienta a nivel mundial, se consideró de trascendental importancia establecer las bases sobre las múltiples utilidades y aplicaciones de este innovador recurso tecnológico en el manejo de la información periodística.

Fundamentar el origen y la evolución de Internet a nivel mundial, su llegada a El Salvador, los costos y beneficios que su acceso representa, así como la utilidad que este recurso ofrece a los medios de comunicación periodísticos del país fue el objetivo trazado en esta investigación.

“La Prensa Gráfica”, “El Diario de Hoy” y los noticieros televisivos “Hechos” de canal 12 y “TeleDos” de canal 2, integran la muestra representativa analizada en el estudio, seleccionados con base a su circulación y cobertura a nivel nacional.

Servir de insumo para posteriores investigaciones sobre Internet, fue una de las principales razones que dieron origen a este estudio, dado que es el medio en el que muchas personas ven la solución total a sus problemas, ya que es sin duda, el único instrumento que permite acceder a todo tipo de información, venciendo así, los obstáculos que hasta hace algunos años han representado la distancia y el tiempo.

Partiendo de la premisa que son los periódicos y los noticieros televisivos donde más se concentra la utilización de Internet como herramienta de trabajo, y con el espíritu de realizar una investigación representativa de la prensa salvadoreña, se determinó trabajar directamente con dos medios impresos e igual número de noticieros televisivos, considerados de mayor circulación y cobertura en El Salvador.

Se analizaron los productos informativos de cada uno de los medios antes señalados, por un periodo de cinco días; en el caso de los noticieros televisivos, únicamente se consideró objeto de estudio la emisión estelar de cada medio, es decir, cinco emisiones en total por cada uno de ellos.

El análisis se centró en la información cuyo contenido es netamente periodístico en cada una de sus emisiones, clasificadas en distintas secciones. La publicidad se excluyó del estudio, ya que la finalidad del mismo, se centró en determinar en qué medida la Internet está siendo utilizada en la generación de los productos informativos.

Los resultados del análisis cuantitativo fueron complementados con la observación no participante, aplicada en las distintas salas de redacción de las empresas informativas, en las que además se constató la forma y el grado de conocimiento con el que los periodistas accesan y se benefician de Internet.

1.2 Objetivos de la investigación

1.2.1 Objetivo General:

- ❖ Documentar el origen de la Internet, usos y aplicaciones en la Prensa Salvadoreña.

1.2.2 Objetivos Específicos:

- ❖ Sentar las bases sobre el origen y evolución de la Internet a nivel mundial y su llegada a El Salvador.
- ❖ Determinar la utilidad que los medios de comunicación objeto de estudio, hacen de los servicios de Internet para la búsqueda de información periodística.
- ❖ Medir los conocimientos que los periodistas poseen sobre los servicios de Internet y la aplicación en su trabajo diario.

1.3 Preguntas guías de la investigación

1. ¿Cómo y cuando surge la Internet?
2. ¿Cómo surge la Internet en El Salvador?
3. ¿Quiénes figuran como precursores de la Internet en El Salvador y qué les llevó a preparar el terreno para su implementación?
4. ¿Cuáles han sido las razones que llevaron a los propietarios de “La Prensa Gráfica”, “El Diario de Hoy”, y de los noticieros televisivos, “Hechos” de Canal 12 y “TeleDos”, de Telecorporación Salvadoreña a invertir en Internet?
5. ¿Son los costos económicos un obstáculo para la expansión de la Prensa Salvadoreña?
6. ¿Qué porcentaje de información publicada en cada una de las ediciones y emisiones de los medios de prensa a estudiar, tiene su origen en la Internet?
7. ¿Qué porcentaje de los periodistas de cada una de las empresas informativas en mención, tienen acceso directo e ilimitado a Internet?
8. ¿En su caso particular, cómo aprendió a utilizar Internet?
9. ¿Cómo se procesa la información extraída de Internet, antes de ser publicada?
10. ¿Existen restricciones en su empresa para navegar en Internet, bajar información, enviar correos electrónicos, etc?
11. ¿Cuál es el uso de la Internet en los noticieros televisivos, objeto de estudio?
12. ¿Cuál es el uso de la Internet en los medios impresos, objeto de estudio?
13. ¿Cuáles son las perspectivas de la Internet en la Prensa Salvadoreña?

1.4 Hipótesis

Los costos y el escaso conocimiento técnico sobre el uso de Internet son las limitantes que restringen a los periodistas de “La Prensa Gráfica”, “El Diario de Hoy”, y de los noticieros televisivos “Hechos” y “TeleDos” el acceso a esta herramienta para la elaboración de los productos periodísticos.

1.5 Metodología

Para desarrollar el trabajo de investigación, dada la naturaleza del tema, se recurrió a las siguientes técnicas de recolección de datos:

- ◆ Consultas a fuentes documentales y bibliográficas, con el fin de lograr el máximo posible de información sobre Internet, su llegada y aplicación en la Prensa Salvadoreña.
- ◆ Entrevistas aplicadas a los precursores de Internet en El Salvador, para conocer y fundamentar el origen y llegada de este novedoso recurso al país, además identificar sus obstáculos, beneficios, costos, etc.
- ◆ Aplicación de entrevistas a los directores, jefes de prensa y periodistas de los medios impresos de mayor circulación en el país, es decir, “La Prensa Gráfica”, “El Diario de Hoy”, así como de los noticieros televisivos de cobertura nacional, “Hechos” de Canal 12 y “TeleDos” de Canal 2.
- ◆ Mediante visitas a las salas de redacción de los medios en mención, se realizó la observación no participante, la cual permitió constatar la forma, técnicas y recursos que se utilizan en la producción del material informativo en cada uno de ellos; se estableció

un acercamiento cuantitativo a fin de determinar el porcentaje de información sustraída a través de Internet.

La observación no participante, es una técnica cada vez más utilizada en investigaciones de medios (Anderson, 1987, Lindlof, 1987 y 1991).

- ◆ Mediante el análisis e interpretación de productos informativos de los medios objeto de estudio, se buscó detectar y constatar la utilidad de Internet en sus distintas ediciones y emisiones.

Aquí se recurrió al análisis de contenido planteado por Kerlinger en su obra “Análisis Cualitativos y Cuantitativos” editada en 1986, referido a la aplicación de esta técnica en el estudio y análisis de productos informativos de forma sistemática, objetiva y cuantitativa, con la finalidad de medir variables predeterminadas; se valoraron también los distintos significados, contextualizaciones e interpretaciones inmersas en los materiales periodísticos publicados en los medios en mención.

- ◆ Se suministró un cuestionario con el cual se buscaba cuantificar la accesibilidad de los periodistas a Internet en cada una de las empresas periodísticas señaladas.
- ◆ Posteriormente se procedió al vaciado, análisis e interpretación de los datos obtenidos a través del cuestionario.

1.5.1 Corpus de Análisis

Como muestra representativa de la investigación realizada, se tomaron en cuenta los dos rotativos de mayor circulación en el país, como son “La Prensa Gráfica” y “El Diario de Hoy”, de los cuales se analizaron las ediciones correspondientes a cinco días (cinco publicaciones por cada periódico en total); en las que se ha determinado el uso de Internet como herramienta de trabajo para la producción de la información periodística en las diferentes secciones.

El análisis de los productos informativos se realizó durante las cuatro semanas de enero del 2000. Los parámetros a cuantificar mediante el estudio fueron el porcentaje de la información originada de Internet, así como la frecuencia con la cual los periodistas y redactores se sirven de dicha herramienta para confeccionar sus noticias y reportajes.

Así mismo, se han tomado como muestra dos medios periodísticos televisivos de cobertura nacional, como son “Hechos” de Canal 12 y “TeleDos” de Telecorporación Salvadoreña, de los cuales se analizaron cinco emisiones estelares, lo que ha permitido determinar la utilización del recurso de Internet para la configuración de sus distintos materiales periodísticos.

La obtención de los productos informativos por cada uno de ellos, se realizó en semanas diferentes, iniciando con “La Prensa Gráfica”, periódico al que se dedicó la semana comprendida del 3 al 7 de enero del 2000, seguido por “El Diario de Hoy” del 10 al 14 del mismo mes.

Del 17 al 21 de enero fue monitoreada la edición estelar del noticiero “Hechos” de Canal 12, y se finalizó con la edición de “TeleDos” de Telecorporación Salvadoreña en el período comprendido del 24 al 28 del mes y año antes indicados.

Como técnicas complementarias para la recolección de datos se recurrió a la entrevista dirigida a los directores o propietarios de las empresas informativas que conforman la muestra de la investigación; se suministró una encuesta a cinco redactores y/o reporteros de cada medio en mención. Se aplicó además, la observación no participante en las distintas salas de redacción.

Dentro de las categorías de análisis que se utilizaron se encuentran:

- Acceso a la red.
- Conocimiento técnico.
- Costo - beneficio por el uso de Internet.
- Porcentaje de información suministrada a través de Internet y que ha sido publicada en los medios que integran la muestra objeto de estudio.
- La publicidad en los medios electrónicos.

Es importante aclarar que el conocimiento técnico al que se hace referencia tanto en la hipótesis como en las categorías de análisis se refiere únicamente a los insumos básicos

indispensables que el periodista en calidad de usuario necesita para ingresar a Internet y obtener de ella la información o beneficio que requiere cada vez que accesa a la red.

Estos conocimientos van desde saber encender la computadora, conocer los programas para ingresar a Internet, conocer los servicios que este recurso ofrece, (Correo electrónico, Búsqueda de información en la World Wide Web, Grupos de Noticias, Transferencias de Archivos, entre otros), así como los programas de búsqueda para agilizar la localización del sitio Web en que se encuentra la información de su interés.

1.5.2 Tipo de Investigación

En un principio la investigación es de tipo cualitativo, debido a que la primera de las fases del desarrollo, se refirió a los antecedentes, usos, beneficios y costos de la Internet.

Luego, la misma tomó un carácter de tipo cuantitativo, ya que se trató de medir el acceso de los periodistas de los medios de comunicación indicados a Internet, a través de la aplicación de un cuestionario con preguntas pre-elaboradas.

En la fase final del desarrollo de la investigación, las partes cualitativa y cuantitativa se fusionaron al momento de analizar e interpretar los datos obtenidos mediante la aplicación de las diferentes técnicas de investigación.

La experiencia de estudios cuantitativos tiende a apoyarse cada vez más en estrategias naturalistas y fenomenológicas para complementar sus tests, encuestas y

entrevistas estructuradas. Por otro lado, un creciente número de etnógrafos e investigadores cualitativos utilizan marcos conceptuales pre-diseñados y un instrumental estructurado previamente (Miles y Huberman, 1984, pág. 20). En muchos de los casos, ambos tipos de investigación se vieron fusionados en búsqueda de mejores resultados.

1.5.2.1 Paradigma a partir del cual se estudió el objeto

El uso y aplicación de la Internet en los medios informativos impresos y televisivos en El Salvador, se abordó bajo la óptica del Paradigma Fenomenológico e Interpretativo, por considerar que éste se apega al carácter de la investigación desarrollada debido a las siguientes razones:

- 1) El Paradigma Fenomenológico e Interpretativo contempla dentro de sus estudios el análisis de las rutinas profesionales, es decir, cómo se trabaja con las fuentes, cómo se accesa a la información y los elementos que intervienen en la producción de noticias en los distintos medios impresos y televisivos.
- 2) Involucra además el análisis de todo aquel texto y/o discurso periodístico desde una visión cualitativa, es decir, se valoraron los distintos significados, contextualizaciones e interpretaciones, inmersos dentro de los materiales periodísticos generados en los medios en mención.

3) Dentro de los métodos y técnicas para la recolección de datos, en esta oportunidad este paradigma se apoyó en las entrevistas de campo, la observación no participante, en los cuestionarios con preguntas de carácter cualitativo (abiertas); que les fueron suministrados a los periodistas que laboran en los diferentes medios de prensa contemplados dentro de la investigación.

1.5.2.2 Procedimiento

Para concretar la investigación, se procedió a analizar cinco ediciones consecutivas por cada uno de los medios impresos, “La Prensa Gráfica” y “El Diario de Hoy”, e igual número de emisiones de los noticieros televisivos, “Hechos” de Canal 12 y “TeleDos” de Telecorporación Salvadoreña.

Complementario al análisis de las ediciones y transmisiones de los medios indicados, y de forma casi simultánea, se suministró un cuestionario pre-elaborado a los reporteros y redactores de las cuatro empresas informativas.

El instrumento de medición se aplicó a una muestra de 20 periodistas de las diferentes secciones de los periódicos y los noticieros de televisión, el cual les fue suministrado de manera proporcional, es decir, cinco por cada uno de los medios; porcentaje que se consideró representativo para los fines de la presente investigación.

Con el fin de constatar la destreza y el conocimiento técnico mediante el cual los periodistas y redactores accesan a Internet, y la utilidad práctica que hacen del recurso se

realizó la observación no participante en cada una de las salas de redacción de los periódicos y las salas de edición de los noticieros televisivos en mención.

Finalmente se procedió al análisis e interpretación de la totalidad de datos recopilados en el transcurso de la investigación, los cuales han servido de insumo para la redacción del presente reporte final.

A continuación se presenta el diseño del cuestionario suministrado a periodistas y redactores de los medios de prensa que integran la muestra representativa. El cual permitió cuantificar la utilización de Internet en las empresas informativas, la destreza y conocimiento de los periodistas en este campo.

Diseño del Instrumento

Con la finalidad de cuantificar el acceso y la utilidad que los periodistas y redactores de “La Prensa Gráfica”, “El Diario de Hoy” y los noticieros televisivos, “Hechos” de Canal 12 y “TeleDos” de Telecorporación Salvadoreña obtienen de la Internet, se ha diseñado la siguiente encuesta. La información que de su aplicación se obtenga será utilizada únicamente con fines académicos.

1. ¿Conoce el origen de la Internet?

1. Si

2. No

2. ¿Sabe usted que es Internet?

1. Si

2. No

3. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación sobre Internet y sus servicios?

1. Si

2. No

4. ¿Ha accedido alguna vez a Internet?

1. Si

2. No

5. ¿Que tipo de información ha consultado en la red?

1. Económica
2. Deportes
3. Espectáculos
4. Meteorológica
5. Medio Ambiente
6. Otros

6. ¿Cuáles de los siguientes servicios utiliza?

1. Correo Electrónico
2. Grupos de Noticia
3. Transferencia de Archivos
4. Chat
5. Búsqueda de Información en página Web

7. ¿Ha escrito alguna nota cuya fuente haya sido información bajada de Internet?

1. Si
2. No

8. ¿Quiénes dentro del medio utilizan los servicios de Internet para la producción periodística?

1. Redactores

2. Reporteros

3. Jefes de Prensa

4. Directores

5. Coordinadores

6. Otros

9. ¿Tiene acceso ilimitado a Internet?

1. Si

2. No

10. ¿A cuáles de las siguientes razones atribuye la no utilización de Internet?

1. Falta de conocimiento

2. Equipo inadecuado

3. Falta de tiempo

4. Falta de acceso

5. Otros

11. ¿Que perspectiva tiene Internet en el campo periodístico, desde su punto de vista?

Capítulo II

CONSIDERACIONES CONCEPTUALES

2.1 Antecedentes históricos del objeto de estudio

La Internet surgió en la década de los 50s, como un esfuerzo de interconectar la red ARPAnet del Departamento de Defensa de Estados Unidos, con varias redes enlazadas a través de señales de satélite y radio.

En ese entonces, ARPAnet fue considerada una red experimental que sirvió de apoyo para la investigación militar, en particular en el campo de la construcción de redes capaces de soportar fallas parciales como las producidas por bombardeos, de tal manera que pudieran mantenerse funcionando sin perder la información.

En el modelo ARPAnet, la comunicación siempre ocurría entre una computadora fuente y una destino. La filosofía era que cada computadora conectada a la red se pudiese comunicar como un elemento individual, como cualquier otra computadora.

Estados Unidos fue capaz de desarrollar una red que respondiera a las exigencias de almacenamiento e intercambio de datos e información de incalculable valor en aquel momento, volviendo adictos a los escasos investigadores y académicos que tenían acceso a la red.

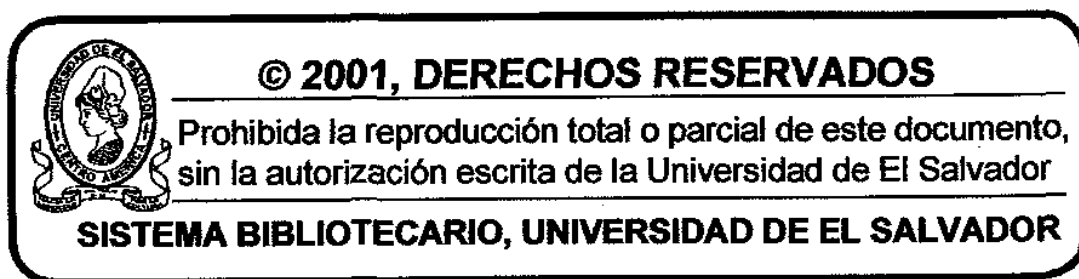
La demanda por la red muy pronto se esparció alrededor del mundo, la gente no podía esperar, en respuesta a esta necesidad, se diseñó un método único y práctico para

interconectar computadoras de diferentes fabricantes; todo mundo compró la computadora que mejor le pareció, las ansias por intercambiar información con el resto de los usuarios de Internet crecieron de manera constante y acelerada.

La tecnología de redes locales maduró hasta en 1983, cuando aparecieron las primeras estaciones de trabajo y las redes locales se multiplicaron, esto creó una nueva demanda: en lugar de conectar una computadora de tiempo compartido a un centro de cómputo, las organizaciones requerían conectar toda su red local a ARPAnet, compañía proveedora de la línea que permitiría el intercambio de información entre todas y cada una de las computadoras conectadas a la red.

En un primer momento las computadoras más rápidas y sofisticadas del mundo se encontraban en manos del Departamento de Defensa de los Estados Unidos, debido a su alto costo; posteriormente se fueron sumando las universidades de mayor prestigio de esa nación, hasta que se diversificó el acceso computarizado a otro tipo de usuarios alrededor del planeta.

Fue la creación de las redes regionales, la que permitió con el transcurrir de los años, la expansión geográfica de esta innovadora herramienta. En El Salvador, a pesar que las primeras gestiones se realizaron en 1993, fue hasta en marzo de 1996 cuando se logró la primer conexión directa a través de Internet siendo la Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas (UCA), la primera institución en ocupar el dominio de la red SVnet.



El apoyo brindado por la Organización de Estados Americanos (OEA), permitió a El Salvador, un país tercermundista, conquistar un espacio en la carretera de la informática con la creación de la red SVnet, inaugurada oficialmente el 29 de julio de 1996.

Según explicó el director ejecutivo del CONACYT, Federico Huget, la ayuda de la OEA consistió en el asesoramiento técnico y la donación de equipos especializados como enrutadores, es decir, aquellas computadoras conectadas con dos o más redes que permiten el intercambio de datos o información.

En un principio la Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL), era la única empresa que de forma análoga o digital brindaba los servicios de conectividad, utilizando como medio de transmisión el alambre, cable coaxial, microondas y fibra óptica.

El acceso a la red a nivel local fue posible gracias al proyecto SVNet, el cual puede efectuarse de dos maneras distintas:

- **A nivel de Usuario**, es decir a través de un proveedor local enlazando a la red por medio de un servidor de comunicaciones que le permite a la computadora ser un nodo mas en la red mundial, poniendo a su disposición todos los servicios que dicha empresa puede brindarle tanto en el presente como en el futuro.
- **A nivel Institucional**, cuando se trata de instituciones donde el manejo de la información es grande, como en el caso de las universidades, dependencias gubernamentales, corporaciones, medios de comunicación, etc; debido a que la inversión en la conectividad implica la compra de enrutadores, módem y otros accesorios así como la adquisición de una línea exclusiva que alimenta el

servidor central y éste a un número indeterminado de computadoras, servicio por el que se paga una cuota mensual al proveedor.

Las facilidades para conectarse al exterior a través de Internet fueron mayores debido a la llegada de nuevas empresas que ofrecen conectividad y aunque resulta difícil cuantificar el número de usuarios, no hay duda que éste al igual que en todo el mundo crece día con día.

En El Salvador hasta el año 2000 existían más de 20 empresas que ofrecen los servicios de conectividad a empresas, instituciones y usuarios particulares, algunas de ellas son Telecom, Telemovil, Saltel, Insatelsa, Americatel entre otras.

Dentro de las instituciones precursoras de Internet en El Salvador se encuentran el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), Fundación Salvadoreña para el Desarrollo Económico y Social (FUSADES), la Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL), y las universidades, de El Salvador (UES), Centroamericana “José Simeón Cañas”(UCA), y Don Bosco.

La Internet de forma gradual ha ido cobrando terreno en todas las áreas de la sociedad, y los medios de comunicación periodística no son la excepción. En el caso particular de El Salvador, a pesar de la reciente llegada de este novedoso recurso, su aplicación cobra cada vez mas importancia, especialmente en los medios impresos y televisivos, de ahí el interés que ha motivado y justifica el desarrollo de esta investigación.

2.2 Conceptualización básica para el análisis

La llegada de Internet ha planteado una forma nueva y diferente de trabajar la información; esta transformación ha sido clave en la prensa escrita y televisiva ya que ha revolucionado las salas de redacción y producción de las empresas informativas.

Pero, ¿qué es Internet?

Se define como Internet a la red global de ordenadores (computadoras), conectados entre sí, que permite a varios millones de usuarios alrededor del mundo, compartir e intercambiar información en tiempo real, en lenguajes diversos y cantidades inimaginables, (Kindersley Dorling, 1997).

Lógicamente para que este intercambio de información se dé, tanto el emisor como el receptor deben contar con una computadora personal PC, un sistema operativo o software, que les permita a uno y otro enviar y recibir información desde cualquier parte del mundo y en tiempo real, siempre y cuando se cuente con la interconexión a Internet, servicio al cual se accesa mediante el pago de una cuota previamente determinada por el proveedor.

Internet abrió las puertas a una serie de servicios que se encuentran disponibles en la red, a través de los cuales muchas personas encuentran la solución total a sus problemas, sin importar en que ámbito de la sociedad se desempeñen, como podría ser la política, la economía, el comercio, la educación, medios de comunicación, religión, deportes, música, etc.

Dentro de los servicios que Internet ofrece se encuentran los siguientes:

- a) **Correo Electrónico**, conocido como **E-mail**. Se considera el servicio de mayor demanda en el mundo, ya que permite el envío y recibo de correspondencia desde y hacia cualquier computadora conectada a la red (Argueta Martínez, 1997, pág. 48). Este

sistema permite mandar mensajes de texto a cualquier parte del mundo en cuestión de segundos y al igual que el correo tradicional es necesario conocer la dirección electrónica del destinatario para que pueda llegar.

En El Salvador, al igual que muchos países del mundo, el correo electrónico es un servicio cada vez más utilizado, ya que es considerado como un medio alternativo de comunicación, por sus cualidades de rapidez, efectividad y reducción de costos en el intercambio de información.

- b) **Servicio de Telnet**, es el que permite el acceso a la información almacenada en cualquier máquina geográficamente distante, e incluso operarla a pesar de la distancia.

Cuando se requiere información sobre temas de relevancia mundial, los periodistas acuden por medio de este servicio a las bibliotecas telemáticas para realizar las consultas respectivas, y en caso que sea necesario transferir los datos hasta su computadora local, proceso que se realiza de forma remota con la misma efectividad en que se obtendría desde una terminal local (Kindersley Dorling, 1997, pág. 125).

- c) **Protocolo de Transferencia de Archivos, (FTP)**, permite acceder a una computadora remota ya sea para subir o bajar información, ésta modalidad es una de las más usadas por los medios de comunicación, incluyendo los salvadoreños, sobretodo en aquellos temas que pretenden ser investigados a profundidad y cuyo interés traspasa las fronteras de los países.

La rapidez con que se realiza la transferencia de archivos depende de la capacidad de la máquina o servidor en que está almacenada la información así como de la disponibilidad de un programa cliente, del tipo de redes, etc. (Argueta Martínez, 1997, pág. 48)

d) **Gopher**, sirve para obtener archivos ordenados por temas, desde cualquier máquina que este conectada a la red por lejana que esta se encuentre. Este servicio al igual que el anterior contribuye de sobremanera con los periodistas en su trabajo diario. Basta con recurrir al menú para seleccionar el tema de interés y realizar la transferencia. (Kindersley, Dorling, 1997, pág. 123)

e) **La World Wide Web**, conocida también como la WWW. Nació en un laboratorio de Física en Ginebra, Suiza en 1994, gracias a la invención del británico Tim Berners-Lee y el francés Robert Caillau, en la sede del Consejo Europeo para la investigación nuclear (Armentía José Ignacio, “Diseño y periodismo electrónico”, pág. 214).

En aquél momento el propósito fue permitir el intercambio de información entre los científicos de todo el mundo, sin embargo la facilidad de acceso que este poderoso servicio ofrece le llevo a incursionar a otras esferas, a tal grado que hoy en día es una de las herramientas más utilizadas de Internet para rastrear y acceder

información en cualquier computadora remota conectada a la red de forma interactiva (Argueta Martínez Ledys Marleny, 1997).

La WWW es un conjunto de programas y convenciones que facilitan el tránsito por las redes que funcionan como Internet.

Es un sistema basado en el hipertexto cuya función permite acceder a miles de lugares por medio de enlaces que conducen a páginas de un mismo o diferente sitio Web, en los que se pueden ver gráficos, videos, escuchar música, etc. También permite recuperar y desplegar datos depositados en otros sitios de la red.

Al conjunto de páginas Web se les conoce como sitio Web. La mayoría de los medios de comunicación conectados a Internet, mantienen su página Web para dar a conocer lo más importante de las noticias diarias.

En El Salvador, los cuatro medios de prensa en estudio cuentan con su respectiva página Web, en el caso de los periódicos, muchas personas interesadas en el quehacer noticioso del país pueden leer las noticias, desde cualquier parte del mundo, antes de que estas sean impresas, (Krol ED y Asociados, 1995, páginas 57 - 60).

- f) **El IRC, conocido como Chat**, es una charla interactiva a través de Internet. El IRC, por sus siglas en inglés, fue ideado en 1988, por el finlandés Jarkko Oikarinen, es un servicio a través del cual se logra una conversación interactiva en tiempo real mediante Internet entre dos o más personas. Los usuarios escriben su parte de la

conversación utilizando el teclado (Armentía José Ignacio, “Diseño y periodismo electrónico”, pág. 227).

Los periodistas que tienen acceso a este servicio lo utilizan para intercambiar ideas y puntos de vista sobre un tema determinado, o simplemente conversar a través del medio electrónico de manera recíproca. (Kindersley Dorling, 1997, pág. 122)

- g) **Hipertexto**, acuñado por Theodor H. Nelson en los años 60s, al que definió como la escritura no secuencial que permite al lector establecer enlaces a otras partes de un documento (palabras subrayadas), u otros textos ubicados en una computadora diferente a la del usuario quien con sólo hacer “click” sobre cualquier tópico, tiene acceso a una información más detallada sobre el mismo, convirtiéndose esto en una práctica infinita y cuyos enlaces son directos e instantáneos,(Echeverría Javier, “Internet y el periodismo electrónico”, 1999).

En el caso de los medios de comunicación periodísticos, el hipertexto permite a los redactores y reporteros profundizar aún más sobre determinados temas, que a la vez poseen otros enlaces que amplían la información de una manera más específica, (Kindersley Dorling, 1997, pág. 123).

- h) **Grupos de noticias**, se refiere al conjunto de usuarios conectados a Internet, dedicados a debatir temas específicos propuestos por alguno de sus miembros. Para

ello se utiliza un software especial, llamado lector de noticias, el cual facilita el envío y lectura de los comentarios.

Esto permite a los periodistas conocer las diferentes posiciones ideológicas y aumentar su bagaje de conocimientos. Es el interés del propio periodista el que lo lleva a formar parte de estos grupos, cualidad que está ligada a sabios hábitos de lectura y ansiedad por conocer cada vez más de su entorno. (Armañanzas Emy, 1996, páginas 71-76)

- i) **Navegador**, programa que se emplea para visualizar y acceder a la información contenida en la World Wide Web. Es una herramienta valiosa para consultar información de instituciones y empresas específicas interesadas en dar a conocer al público sus bienes y servicios a través de su página Web. La biblioteca y otros bancos de datos son fácilmente localizados y consultados, siempre y cuando se encuentren disponibles en Internet.

- j) **Multimedia**, es considerado como la inclusión de dos o más medios, puede ser texto, gráficos, audio, vídeo o animación en un único programa. Esta herramienta permite al usuario realizar de manera simultánea más de una actividad en su computador.

La interactividad ha venido a desplazar el concepto de medios de comunicación de masas, ya que el usuario es libre de elegir los tópicos a consultar respondiendo a sus

intereses particulares, (Font Juan Luis, 1999, <http://www.saladeprensa.org/art20.htm>).

- k) **Protocolo**, es el conjunto de normas contenidas en el software que deben cumplir dos ordenadores para comunicarse entre sí. Está referido a los requisitos técnicos para que las computadoras conectadas a la red puedan intercambiar información. Entiéndase como protocolo al conjunto de reglas que rigen los servicios que proporciona Internet al universo de usuarios en el mundo, (Argueta Martínez, Ledys Marleny, 1997, pág. 4).
- l) **Red**, grupo de ordenadores conectados entre sí, que pueden, entre otras cosas, intercambiar información, superando así las barreras de tiempo y espacio. Las empresas periodísticas visionarias se encuentran conectadas a la red para dar a conocer sus productos y servicios. Esta modalidad no está avanzada en El Salvador, debido a la reciente llegada de Internet, sin embargo, a mediano plazo ya se habla de un periodismo electrónico, en el que los anunciantes encontrarán una opción para aumentar el número de clientes.
- m) **Motores de búsqueda**, comprende algunas de las herramientas más importantes dentro del World Wide Web. Con ellos se puede tener acceso a una cantidad inmensa de información, la cual se encuentra esparcida alrededor del mundo; es el

interesado quien selecciona la información de su interés. Los motores de búsqueda más populares y que se encuentran en World Wide Web son: Yahoo, WebCrawler, Lycos y Altavista, (Argueta Martínez, 1997, pág. 28).

Dadas todas las herramientas y servicios mencionados anteriormente, resulta sorprendente el número de aplicaciones que se dan en la práctica periodística, pues el caudal de información es amplio y la cantidad de mecanismos que facilitan su acceso van en aumento, esto se traduce en una rica fuente de contextualización y actualización de los productos periodísticos que una empresa determinada pueda configurar.

En la actualidad más de 1,500 periódicos de diferentes países del mundo publican la información de sus ediciones diarias mediante sus respectivas páginas Web, permitiendo así a millones de personas la lectura temprana de los mismos sin necesidad de haberlos comprado, marcando esto el inicio del periodismo electrónico.

La variada gama de tópicos disponibles en la carretera de la informática, se vuelven manantiales inagotables para reportajes y noticias de toda índole. El acceso a mapas de satélite, precios del café, fluctuaciones de la bolsa de valores, informaciones del mundo del entretenimiento e información generada por instituciones entre otras fuentes, dan la pauta para que diversas secciones de un periódico o emisiones informativas cobren mayor realce, profundidad y colorido en todo nivel.

La investigación verificó de primera mano la implementación y la proporción con que la prensa nacional aprovecha los recursos disponibles a través de la Internet, tomando

en cuenta los pasos que se siguen para la construcción de la realidad, las limitaciones que al respecto se dan, así como las secciones que dentro de los medios investigados se vuelven mayores receptores de datos extraídos de la red.

CAPÍTULO III

EXPOSICIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Presentación sistemática de resultados.

El análisis de la investigación sobre “Los Usos y Aplicaciones de Internet en La Prensa Salvadoreña”: “La Prensa Gráfica”, “El Diario de Hoy”, “Hechos” de Canal 12 y “TeleDos” de Telecorporación Salvadoreña”, contempla la exposición sistemática de resultados obtenidos mediante el suministro de la encuesta a un universo de 20 periodistas distribuidos de forma proporcional en los medios antes señalados.

Los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta fueron apoyados por un monitoreo diario de los productos informativos presentados a lo largo de una semana, tomando como muestra una edición por día en el caso de los medios impresos e igual de número de emisiones estelares de los noticieros televisivos.

Para el caso de “La Prensa Gráfica” el monitoreo se realizó en el período comprendido del 3 al 7 de enero del 2000, mientras que “El Diario de Hoy” este se desarrolló del 10 al 14 del mes y año antes señalado. Del 17 al 21 de Enero de 2000, se realizó el monitoreo del noticiero “Hechos” de canal 12 mientras que la edición estelar de “TeleDos” fue monitoreada en el periodo comprendido del 24 al 28 del mes y año antes indicado.

El análisis de los resultados producto de la encuesta, el monitoreo y la observación no participante se dividió en tres fases: individual, por tipo de medio (impresos y

televisivos) y el análisis global que recoge la totalidad de los datos obtenidos en la muestra con lo que se busca facilitar la interpretación y asimilación de los mismos.

El propósito de agrupar los medios por su naturaleza, es decir, televisivos e impresos, fue el de establecer diferencias y similitudes sobre el uso y aplicación de Internet en los principales medios de Prensa de El Salvador.

El análisis global permitió determinar el verdadero uso que la Prensa Salvadoreña hace de Internet en la actualidad y las perspectivas de ésta herramienta para el milenio que recién inicia.

3.1.1 Análisis Individual

La encuesta inició preguntando sobre el conocimiento que los periodistas poseen sobre Internet; los resultados que se obtuvieron en el caso de “La Prensa Gráfica” fueron los siguientes: 3 de los periodistas que representan el 60% de la muestra respondieron tener conocimiento sobre Internet, respecto a los dos restantes que suman el 40% que respondieron desconocer sobre la existencia de esta herramienta, (Anexo # 1-C, primera columna).

En lo que respecta a “El Diario de Hoy”, 4 de los encuestados dijeron conocer el origen de Internet, lo que conforma el 80% de la muestra, mientras uno de ellos que representa el 20% respondió lo contrario, (Anexo # 1-C, segunda columna).

Los resultados anteriores se repiten en el caso de “TeleDos”, donde 4 los encuestados que representan el 80% aseguran conocer el origen de Internet, contrario a la respuesta brindada por uno de ellos representando el 20% de la muestra, quien respondió desconocer sobre el surgimiento del novedoso recurso, (Anexo # 1-C, tercera columna).

En “Hechos” se encontró que 3 de los reporteros, es decir, un 60% de la muestra dijo conocer el origen de Internet, respecto a dos de los encuestados que suman el 40% que admitió desconocerlo, (Anexo # 1-C, cuarta columna).

Ante la pregunta: ¿Sabe usted que es Internet?, se observó que el 100% de la muestra, es decir, los cinco encuestados por cada uno de los cuatro medios investigados conocen sobre la existencia de este recurso tecnológico, (Anexo # 2-C).

Las posiciones difieren al interrogar a los periodistas y redactores, sobre ¿si han recibido alguna capacitación sobre Internet y los servicios que ésta ofrece? Dos que integran el 40% del personal de “La Prensa Gráfica”, respondieron de forma afirmativa, mientras que los 3 restantes que simbolizan el 60% reconocieron no haber recibido capacitación sobre el tema, (Anexo # 3-C, primera columna).

Uno de los 5 encuestados de “El Diario de Hoy” que representa el 20% respondió haber recibido capacitación sobre Internet, no así cuatro de ellos que integran el 80% que opinaron de forma negativa, (Anexo # 3-C, segunda columna).

El resultado del personal consultado del noticiero “TeleDos”, coincidió con las respuestas obtenidas de la muestra de La Prensa Gráfica, dos de los encuestados que representan el 40% sostuvieron haber recibido alguna capacitación sobre Internet, no así,

los tres restantes que constituyen el 60% que respondieron de forma negativa, (Anexo # 3-C, tercera columna).

Las respuestas a la misma interrogante por parte del personal abordado del noticiero “Hechos” marcan la diferencia, los 5, es decir, el 100% de la muestra aseguraron no haber sido capacitados sobre Internet, (Anexo # 3-C, cuarta columna).

Luego se preguntó a la muestra sobre el acceso o no a la red, y la sorpresa fue que el 100% de ella, para los cuatro medios en estudio, manifestó haber ingresado a Internet en busca de información periodística o de interés personal, (Anexo # 4-C).

El tipo de información que más se consulta y transfiere a través de Internet para el caso de “La Prensa Gráfica” se concentra en las secciones de economía y medioambiente, con 22.2% para cada una de ellas del total de notas. Le siguen de forma proporcional, la información relacionada con el estado del tiempo, espectáculos y otros con un 16.7% respectivamente. Deportes ocupa un porcentaje menor, el sondeo demuestra que en el caso de este medio impreso sólo se utiliza la Internet en un 5.5%, (Anexo # 5-C, primera columna).

La información ambiental marca un predominio en “El Diario de Hoy”, con un 33.3%, seguido por otros con un 25%. Clima y espectáculos coinciden en un 16.7%, mientras que economía ocupa el 8.3%, finalmente se encontró que la sección de los deportes no se apoya en Internet para consultar información, obteniendo cero porcentaje, (Anexo # 5-C, segunda columna).

En el noticiero “TeleDos” se encontró un predominio en el uso de Internet en la información meteorológica, con un 28.6%, seguido de economía y otros con el 21.4% respectivamente; luego aparece deportes con un 14.3%, mientras que espectáculos y medioambiente se apoyan en la red en un 7.1% cada uno de ellos, (Anexo # 5-C, tercera columna).

En el noticiero “Hechos” se descubrió un comportamiento diferente, la categoría de “otros” obtuvo el mayor porcentaje con un 31.2%, secundado de espectáculos con el 18.7%, mientras que economía, medioambiente, clima y deportes obtuvieron el 12.5% respectivamente, (Anexo # 5-C, cuarta columna).

Los servicios más utilizados por los periodistas, para el caso de “La Prensa Gráfica”, según la encuesta son la búsqueda de información en la “World Wide Web”, o sitio Web con un 27.8%, porcentaje similar obtuvo “los grupos de noticias”. El correo electrónico, conocido como E-mail, es utilizado según los encuestados en un 22.2%, la transferencia de archivos o FTP, es utilizada en este medio impreso en un 11.1%, mientras que el CHAT un 5.6% y “otros” servicios son menos utilizados con el 5.5%, (Anexo # 6-C, primera columna).

Para los periodistas de “El Diario de Hoy”, el correo electrónico y la búsqueda de información son los servicios mas utilizados con un 36.4% en cada uno de ellos, seguido por los grupos de noticias con un 18.1%, mientras que el CHAT ocupó el 9.1% de importancia para los encuestados del mencionado medio, (Anexo # 6-C, segunda columna).

El correo electrónico y la búsqueda de información a juicio de los periodistas del noticiero “TeleDos” son los servicios mas utilizados ocupando el 28.6% respectivamente; en orden de importancia le siguen los grupos de noticias con el 21.4%, la transferencia de archivos (FTP), CHAT y otros de menor uso, aparecen con el 7.1%, (Anexo # 6-C, tercera columna).

El grado de utilización del correo electrónico y la búsqueda de información al igual que en el caso anterior, son los servicios de Internet más importantes para el personal de “Hechos”, con un 26.6% cada uno de ellos, luego le siguen los grupos de noticia con el 20% y el CHAT con el 13.3%. La transferencia de archivos (FTP), y otros, se utilizan en menor grado con el 6.6%, (Anexo # 6-C, cuarta columna).

Al cuestionar a los periodistas de la muestra sobre si han escrito alguna nota cuya fuente de información haya sido Internet, 4 encuestados de “La Prensa Gráfica” respondieron de forma afirmativa constituyendo un 80%; mientras que 1 de ellos, es decir el 20% dijo no haber elaborado ninguna nota utilizando esta herramienta, (Anexo # 7-C, primera columna).

La respuesta dada por los comunicadores de “El Diario de Hoy”, es interesante pues los 5 encuestados, que son el 100%, dicen haber consultado información en la red, para luego utilizarla como fuente en sus materiales periodísticos, (Anexo # 7-C, segunda columna).

Ante la anterior pregunta 2 de los encuestados de “TeleDos” contestaron de manera positiva, quienes vienen a constituir el 40% de la muestra, 3 periodistas dijeron lo contrario, formando el 60% faltante, (Anexo # 7-C, tercera columna).

En el caso del noticiero “Hechos” también existieron dos versiones, 3 de los encuestados dijeron haber utilizado información bajada de Internet para la elaboración de algunas de sus notas, constituyendo el 60%, y 2 de ellos, es decir, el 40% de la muestra, respondieron de forma negativa, (Anexo # 7-C, cuarta columna).

En los medios objeto de estudio, al consultar ¿quienes utilizan los servicios de Internet para la producción periodística? se encontró que en “La Prensa Gráfica” en un 29.4% lo hacen los reporteros, un 23.5% los redactores, seguidos por los coordinadores con 17.6% de la muestra en estudio. Luego aparecen los jefes de prensa y directores con un 11.8% cada uno, y finalmente un 5.9% que afirmó que son otros quienes los utilizan, (Anexo # 8-C, primera columna).

En el caso de “El Diario de Hoy” el 25% opinó que son los coordinadores quienes utilizan los servicios, seguido por los redactores y directores con un 18.7% respectivamente; luego aparecen los reporteros, jefes de prensa y otros con el 12.5% para cada uno de ellos, (Anexo # 8-C, segunda columna).

El personal del noticiero “TeleDos” opinó con un 33.3% que es el director quien utiliza los servicios brindados por Internet, y que son los jefes de prensa y los coordinadores quienes le siguen con el 20% cada uno, mientras que los reporteros y

redactores de esta empresa informativa, quienes representan el 13.3% accesan a la red para beneficiarse de sus servicios en el quehacer periodístico, (Anexo # 8-C, tercera columna).

Mientras tanto en “Hechos”, son los redactores los que más usan esta herramienta, pues obtienen el 26.6% del porcentaje de la muestra, seguidos de cerca por los reporteros, jefes de prensa y directores con un 20%, respectivamente, y con un 13.3%, aparecen los coordinadores, (Anexo # 8-C, cuarta columna).

Los periodistas fueron consultados sobre si tienen acceso ilimitado a Internet dentro del medio para el cual laboran, a lo que 4 encuestados de “La Prensa Gráfica”, que conforman el 80%, opinaron que si es ilimitado y 1 de ellos respondió lo contrario, siendo el 20% de la muestra analizada, (Anexo # 9-C, primer columna).

Desde el punto de vista de los encuestados de “El Diario de Hoy”, 2 de ellos, que constituyen el 40% contestaron de forma positiva y 3 reconocieron que el personal enfrenta restricciones en su intento por acceder a la red, constituyendo el 60% restante, (Anexo # 9-C, segunda columna).

En el noticiero “TeleDos”, 4 de los comunicadores sociales dijeron que el acceso a la red es ilimitado, convirtiéndose esto en el 80% de la muestra objeto de estudio y 1 de ellos, equivalente al 20%, respondió no tener problemas a la hora de acceder a Internet, (Anexo # 9-C, tercera columna).

Aunque con ciertas restricciones, el personal del noticiero “Hechos”, se ve favorecido en un 100% con una mayor apertura en el acceso a Internet, siempre y cuando se

respete el horario establecido para consultar y bajar información de la red, sea esta para uso profesional o personal, (Anexo # 9-C, cuarta columna).

Al cuestionarse sobre las razones que impiden la utilización de Internet en el trabajo diario, el personal de “La Prensa Gráfica” en un 37.5% lo atribuye a la falta de conocimiento, seguido de forma proporcional por la falta de acceso y de equipo inadecuado con el 25%, respectivamente, mientras que un 12.5% consideró que la falta de tiempo, es un factor que les impide utilizar este valioso recurso, (Anexo # 10-C, primera columna).

La no utilización es atribuida, según los encuestados de “El Diario de Hoy”, a la falta de acceso que tienen para consultar Internet, con un 37.5%, seguido por quienes opinan que es la falta de conocimiento y el equipo inadecuado lo que les priva del uso de la red, con un 25%, cada uno. Finalmente algunos de los encuestados dijeron que eran otras las razones, sumando el 12.5% de la muestra, (Anexo # 10-C, segunda columna).

En el noticiero “TeleDos” se encontró que los reporteros dijeron que la primera de las razones era la falta de acceso que ellos tienen a Internet, con el 50% de la muestra. Seguido por el 25% que opina que es la falta de conocimiento un obstáculo para consultar información en la red, y hubo quienes atribuyeron al equipo inadecuado y la falta de tiempo la no utilización, con un 12.5%, respectivamente, (Anexo # 10-C, tercera columna).

En el caso de “Hechos” se observó que el 50% de la muestra dijo que la falta de conocimiento es un problema que enfrentan a la hora de querer utilizar Internet; mientras que el 33.3% afirmó que era la falta de tiempo y un 16.6% lo atribuyó a la falta de acceso, (Anexo # 10-C, cuarta columna).

En un intento por conocer la perspectiva que a juicio de los periodistas le depara a la Internet dentro de los medios de comunicación, el personal de “La Prensa Gráfica” augura un advenimiento del PERIODISMO ELECTRONICO, dado el constante aumento del universo de lectores conectados a Internet con un 44.4%, con el mismo porcentaje, vislumbran un MAYOR APROVECHAMIENTO DE LOS BENEFICIOS que esta herramienta continuará brindando en términos tecnológicos al enriquecimiento del trabajo periodístico.

Un 11.1% los comunicadores de este medio impreso considera que Internet será en un futuro inmediato, una herramienta INDISPENSABLE en el quehacer periodístico, sobretodo, si se trata de ampliar cada vez más la cobertura y reducir costos y tiempo, (Anexo # 11-C, primera columna).

Internet, a juicio del personal de “El Diario de Hoy” desde ya es considerada un recurso INDISPENSABLE para el procesamiento y difusión de los materiales periodísticos, categoría que fue respaldada por un 50% de los consultados, consecuentemente, el 30% considera que la ampliación del acceso a este recurso permitirá una mayor cobertura periodística para todo aquel medio de comunicación que acepte y haga suyos los beneficios tecnológicos de los nuevos tiempos, actitud que según el 10% de los consultados de esta empresa informativa conllevará a una reducción de costos y tiempo, (Anexo # 11-C, segunda columna).

La herramienta objeto de estudio continua siendo considerada INDISPENSABLE para el 60% de los periodistas del noticiero “TeleDos”, consecuentemente un 40% del

personal proyecta un MAYOR ACCESO por parte de los comunicadores a la red, quienes advirtieron que la no utilización de Internet podría llevar a los medios a desaparecer, (Anexo # 11-C, tercera columna).

Un mejor uso de los BENEFICIOS que ofrece Internet, así como lo IMPRESCINDIBLE que resulta este medio en el trabajo periodístico diario alcanzan un 33.3% respectivamente, para los periodistas del noticiero “Hechos”, de canal 12, mientras que la REDUCCION DE COSTOS Y un MAYOR ACCESO a Internet, con un 16.6% cada uno, se enmarcan dentro de las perspectivas que el uso de la red en las comunicaciones tendrá en un futuro cercano, (Anexo # 11-C, cuarta columna).

3.1.2 Análisis por tipo de medio

Para facilitar y hacer más comprensible el análisis de los resultados obtenidos mediante el suministro de la encuesta y el monitoreo de los productos informativos de los medios que integran la muestra de esta investigación, se procedió a agruparlos en IMPRESOS y TELEVISIVOS.

3.1.2.1 Medio Impreso

Entiéndase, “La Prensa Gráfica” y “El Diario de Hoy”. Al cuestionárseles a los periodistas de estas dos empresas informativas sobre si conocen el origen de Internet, siete de ellos, que suman el 70% de la muestra, dijeron conocerla, no así, los tres restantes, que representan el 30%, quienes ignoran sobre el surgimiento de la herramienta, (ver Anexo # 1-E).

Los 10 encuestados de los periódicos en mención que representan el 100%, aseguraron conocer sobre la existencia de Internet en el mundo y particularmente en El Salvador, (ver Anexo # 4 – E).

Las diferencias se marcan cuando a los reporteros y redactores se les cuestiona sobre la forma mediante la cual ellos adquirieron los conocimientos que poseen sobre la existencia y funcionamiento de la Red, solo tres de los diez redactores de los medios impresos sostuvieron haber recibido algún tipo de capacitación sobre Internet, lo que representa únicamente el 30%, los siete restantes y que suman el 70%, de los que cuatro pertenecen a El Diario de Hoy, respondieron no haber recibido capacitación alguna sobre cómo hacer uso de la Red, (ver Anexo # 5 – E).

Luego se consultó a la muestra si ¿había accedido alguna vez a Internet?, independientemente, si se trató o no en su lugar de trabajo, a lo que el 100% de la muestra para el caso de los medios impresos respondió haber accedido a la red ya sea por curiosidad o en busca de alguna información en particular, (ver Anexo # 8 – E).

El tipo de información que en el caso de los periódicos se consulta y transfiere es la referida al Ambiente con un 27.7%, seguido de la categoría “OTROS” con 20.8%, la información relacionada con “El Estado del Tiempo” y “espectáculos” con 16.7% respectivamente, mientras que la información económica se coloca en una posición menos privilegiada con un 15.2%; y finalmente aparece “Deportes” con el 2.7%, (ver Anexo # 9 – E).

En la prensa escrita, los servicios de Internet más utilizados según el sondeo son “la búsqueda de información en la World Wide Web” con un 32.1%, seguido del “correo electrónico” con el 29.3%; luego se ubican “los grupos de noticias” con el 22.9%, el “chat” con el 7.3%, mientras que la “transferencia de archivos, FTP” ocupa la última posición con el 5.5%, (ver Anexo # 12 – E).

Un hallazgo interesante sobre el uso de Internet en los medios impresos fue el hecho que nueve de los diez periodistas consultados dijeron haber escrito al menos una nota periodística utilizando la red como fuente de información, lo que equivale a decir que el 90% de los periodistas de la prensa escrita en El Salvador se han apoyado en Internet, para escribir algunas de sus notas informativas, no así el 10% que respondió de forma negativa, (ver Anexo # 15 – E).

De acuerdo a la muestra en los principales periódicos de El Salvador, el segmento del personal que más utiliza Internet, según lo reconocieron ellos mismos, son los redactores y periodistas con el 21%, respectivamente. En orden descendente le siguen los

coordinadores con el 20.3%, los directores con el 15.2%, los jefes de prensa con el 12.2% y finalmente otros con el 9.2%, (ver Anexo # 18 –E).

Al consultar a la muestra sobre la existencia o no de restricciones para acceder a Internet, el 60% de los encuestados dijo que el acceso era ilimitado, mientras que el 40% aseguró que era limitado, (ver Anexo # 21-E).

Dentro de las limitantes que los empleados de los dos principales periódicos del país señalan como causa para no acceder a Internet sobresalen la falta de conocimiento y la carencia de condiciones con el 31.2%, respectivamente, la falta de recursos tecnológicos adecuados le siguen con el 25%, un 6.2% lo atribuyó a la falta de tiempo, seguido de un igual porcentaje para “otros”, (ver Anexo # 24 – E).

Sobre las perspectivas que los periodistas de la prensa escrita auguran a la Internet en los próximos años, destacan “un mayor aprovechamiento de sus servicios” con el 37%, el 30.5% de los consultados sostienen que Internet se convertirá en una herramienta INDISPENSABLE para todo medio de comunicación, el 27.2% ve a las puertas la llegada de un PERIODISMO ELECTRONICO, gracias a la Internet, mientras que el 5% advirtió una reducción del tiempo y los costos en el afán de mantener informado a los habitantes de una nación y el mundo entero por parte de aquellos medios de comunicación, que acepten la revolución tecnológica que trae consigo Internet, (ver Anexo # 27 – E).

El monitoreo de los periódicos “La Prensa Gráfica” y “El Diario de Hoy”, realizado en las primeras dos semanas del mes de enero del 2000, manifiesta que en estos medios impresos es la sección de INTERNACIONALES la que más se apoya en Internet, con 134

notas que representan el 42.2% de la muestra tomada, seguido por ECONOMIA con 100 notas que equivalen al 31.5%, la sección de DEPORTES con 46 notas conforma el 14.5%, ESPECTACULOS mostró con 32 notas se apoya en un 10% de la herramienta, finalmente aparece luego la sección que da a conocer el estado del tiempo, es decir, CLIMA con 5 notas que constituyen un 1.5% restante, (ver Anexo # 27 – E).

3.1.2.2 Medio Televisivo

Al cuestionar a la muestra televisiva que esta conformada por los noticieros, “TeleDos”, de Telecorporación Salvadoreña y “Hechos”, de Canal 12, sobre el surgimiento de Internet, cuatro periodistas del primer telenoticiario y 3 del segundo dijeron tener nociones sobre el origen de esta herramienta, lo cual equivale al 70% de la muestra, contrario al 30% restante, es decir tres periodistas, dos de “Hechos” y uno de “TeleDos”, que desconocieron la forma en que surgió el novedoso recurso tecnológico, (ver Anexo # 2 – E).

El 100% de los periodistas de los noticieros televisivos, aseguraron conocer sobre las existencia de Internet, (ver Anexo # 4 – E).

En torno a la capacitación asistida a los periodistas sobre Internet, ocho de los diez reporteros, de los que cinco pertenecen al noticiario “Hechos” de canal 12, admitieron no haber sido capacitados sobre el funcionamiento de Internet, alcanzando así el 80%, respecto al 20% restante que sostuvo haber sido capacitado sobre el tema, (ver Anexo # 6 – E).

El 100% de la muestra televisiva, es decir los diez periodistas consultados, sostuvieron haber accedido alguna vez a la Red, ya sea por curiosidad o en busca de alguna información en particular, (ver Anexo # 8 – E).

En las emisiones estelares de los noticieros televisivos se encontró que la categoría de información más consultada y transferida hasta sus monitores es la de “OTROS”, la cual ocupó el primer lugar con el 26%, secundado por la información relacionada con el “Estado

del Tiempo” con el 20.5%, luego aparece la “información económica” con el 17%, “deportes” y “espectáculos” con el 13% cada uno y finalmente la información “ambiental” obtuvo el 10%, (ver Anexo # 10 –E).

Los servicios de Internet más utilizados en la prensa televisiva, según se comprobó en la investigación son: “Correo Electrónico, o E-mail” y “la búsqueda de información de los sitios Web o WWW” que ocupan la primera categoría con el 27.6%, los “grupos de noticias” ocupan una posición importante con el 20.7%, el “Chat” con el 10.2%, mientras que el “ FTP, o transferencia de archivos” y la categoría “otros” son menos utilizados, obteniendo el 6.8% cada uno de ellos, (ver Anexo # 13 – E).

En la prensa televisiva el hallazgo fue diferente, de acuerdo con los datos encontrados, solo el 50% de los reporteros sostienen haber utilizado Internet como fuente de información en alguna de sus notas periodísticas, el restante 50% reconoció no consultar la red en su trabajo diario, (ver Anexo # 16 – E).

El segmento de personal que más utiliza Internet en la prensa televisiva son los “Directores” con el 26.6%, de forma proporcional se secundan los jefes de prensa con el 20%, de forma paradójica, los reporteros ocupan una posición inferior con el 16.6%, igual porcentaje obtuvo el segmento de los coordinadores de prensa, es decir, 16.6%, (ver Anexo # 19 – E).

Al consultar a la muestra sobre la existencia o no de restricciones para acceder a Internet, el 60% de los encuestados reconoció enfrentar obstáculos para ingresar a la red,

mientras que el 40.%, aseguró que el acceso a la Red es ilimitado, es decir, negó la existencia de restricciones, (ver Anexo # 22 – E).

La falta de conocimiento es la principal restricción que según los reporteros de los dos noticieros televisivos inhibe apoyarse en su trabajo diario en Internet, ocupando el 37.5%, seguido por la “Falta de acceso” con el 33.3% , el 23% lo atribuye a la falta de tiempo y solo el 6.2% menciona como causa la falta de equipo adecuado, (ver Anexo # 25 – E).

Para el 46.6% de los periodistas de los noticieros “Hechos” y “TeleDos” Internet es desde ya una herramienta IMPRECINDIBLE, no solo por la facilidad en la búsqueda y transferencia de información especializada, sino también por los aportes en el campo visual con los que se enriquece la producción de noticias y reportajes. El 28.3% vislumbra MAYOR ACCESO Y MEJOR APROVECHAMIENTO de los servicios que ofrece, un 16.6%, de la muestra, piensa en los BENEFICIOS que trae consigo este recurso, mientras que un 8.3% ve en Internet una “Reducción de Costos y Tiempo” en el envío y recepción de los productos periodísticos, perspectivas que según confiaron los encuestados, están próximas de convertirse en realidad para la prensa salvadoreña, (ver Anexo # 28 – E).

El monitoreo de los noticieros televisivos “TeleDos” de Telecorporación Salvadoreña y “Hechos” realizado en las últimas dos semanas del mes de enero del 2000, manifiesta que en estos medios es la sección de notas INTERNACIONALES la que más se apoya en Internet, con 30 notas que representan el 71.4% de la muestra tomada, aparece luego la sección que da a conocer el estado del tiempo, es decir, CLIMA con 7 notas que

constituyen un 16.6% y finalmente ECONOMIA obtuvo 5 notas que reflejan el 12% restante, (ver Anexo # 7 – F).

3.1.2.3 Análisis Global

Con la finalidad de facilitar la comprensión de los resultados obtenidos mediante la encuesta, se tuvo a bien realizar un análisis global de los mismos, el cual servirá de insumo para la presentación sistemática del informe final. En este apartado se procedió a agrupar los resultados de los cuatro medios que integran la muestra, en cuyos indicadores se apoyará el estudio sobre los usos que la prensa escrita y televisiva obtiene de la Internet.

La muestra integrada por 20 personas relacionadas con el qué hacer periodístico de los dos principales periódicos, como son “El Diario de Hoy” y “La Prensa Gráfica”, así como de los noticieros televisivos, “TeleDos” de Telecorporación Salvadoreña y “Hechos” de Canal 12 representan el 100% del universo encuestado.

Al consultar sobre el origen de la Internet, 14 de los 20 periodistas que suman el 70% dijo conocer el origen de esta herramienta, respecto a los seis restantes quienes sumando el 30% admitieron desconocer el surgimiento de dicho recurso tecnológico, (ver Anexo # 3 – E).

Ante la pregunta, ¿sabe usted qué es Internet?, el 100% de la muestra, es decir, los 20 consultados aseguraron conocer de la existencia y funcionamiento del novedoso recurso, aunque 15 de ellos que representan el 75% dijo no haber recibido capacitación alguna sobre el tema y solo los cinco restantes que simbolizan el 25% reconoció haber sido capacitado. Sin embargo, todos confirmaron haber accedido al menos una vez al inmenso mundo de Internet, (ver Anexos # 4 – E; 7 –E; 8 – E).

El tipo de información que más se consulta y transfiere en los cuatro medios de prensa, no necesariamente tiene que ver con las secciones o temas tradicionales, ya que fue la categoría de “otros” la que se colocó a la cabeza con un 23.3%, seguido por la información meteorológica y la ambiental con el 18.3% respectivamente. Luego se encuentra la información económica con el 16.6%, espectáculos con el 15% y finalmente deportes con el 8.3%, (ver Anexo # 11 – E).

Al consultar sobre los servicios que la prensa salvadoreña utiliza con mayor frecuencia cuando accesa a la red, se encontró que la “búsqueda de información en la World Wide Web” encabeza la lista con el 29.3%, secundado por el “E-mail o correo electrónico” con el 27.5%, le siguen “los grupos de noticias” con el 22.4%, el “Chat” con un 8.6%, “la transferencia de archivos, FTP” con el 6.9%, mientras que la categoría “otros” obtuvo el 5.2%, (ver Anexo # 14 – E).

14 de los 20 encuestados que suman el 70% dijo haber escrito al menos una nota periodística utilizando como fuente de información Internet, no así, los seis restantes que representan el 30% que reconocieron no haberse apoyado en la red para la elaboración de sus productos informativos, (ver Anexo # 17 – E).

Pero, ¿quienes dentro de las empresas periodísticas en El Salvador, utilizan los servicios de Internet en su trabajo diario?, contrario a lo sostenido por los redactores en sus testimonios, son ellos, según la encuesta quienes mas se benefician de la red con el 20.6%, el mismo porcentaje obtuvo los directores, hallazgo que no es nada extraño; los reporteros y

coordinadores secundan el orden con el 19% respectivamente, los jefes de prensa con el 15.9% y finalmente “otros” con el 4.8%, (ver Anexo # 20 – E).

Las respuestas en torno a las limitantes que impiden el acceso a la Internet obtuvieron porcentajes similares, el 50% de la muestra, es decir, diez de los consultados dijeron enfrentar dificultades para ingresar a la red, e igual porcentaje sostuvo no experimentar obstáculos, (ver Anexo # 23 – E).

Con un 33.3%, la muestra atribuyó a la falta de conocimiento y falta de acceso, respectivamente, la no utilización de Internet en los medios para los cuales laboran, el 16.6% sostiene que se debe a la falta de equipo adecuado, el 13.3% encuentra como causa la falta de tiempo y solo un 3.3% lo atribuye a otras razones que no especificaron, (ver Anexo # 26 – E).

Sobre las perspectivas de Internet en la prensa salvadoreña, un 36.6% considera que es una herramienta **INDISPENSABLE** para todo aquel medio de comunicación que desee sobrevivir en los nuevos tiempos, el 33.3% sostuvo que con el transcurrir del tiempo el número de personas tendrán acceso a la red irá en aumento, un 23.3% augura una ampliación y mejor aprovechamiento de los beneficios que ofrece Internet, que el 6.6% espera ver reflejados en una reducción de costos, mayor alcance y disminución del factor tiempo en la producción y distribución de materiales periodísticos, (ver Anexo # 29 – E).

3. 1.3 Análisis del monitoreo diario por cada medio muestral

Con el propósito de hacer mas completa la interpretación de los resultados obtenidos mediante la aplicación de la encuesta, se tuvo a bien realizar un monitoreo diario de los productos informativos de cada uno de los medios de prensa que componen la muestra.

El mismo se realizó por un lapso de cinco días en períodos diferentes, en un intento de cuantificar el número de notas que se apoyan en Internet, así como las secciones a las que pertenecen.

El monitoreo de “La Prensa Gráfica realizado entre del 03 al 07 de enero del 2000, confirmó que al menos en este medio, la sección de INTERNACIONALES es la que más se apoya en Internet, con un consolidado de 86 notas que representan el 46%, seguido por la sección de ECONOMIA, que con 59 obtuvo el 31.6%. En su orden se encuentran los DEPORTES con 27 notas equivalentes al 14.4%, ESPECTACULOS acumuló 10 notas lo cual hace el 5.3%, la sección CLIMA registró cinco notas haciendo el 2.7%, (ver Anexo # 1 – F).

En la semana del 10 al 14 de enero del 2000, se desarrolló el análisis de las cinco ediciones de “El Diario de Hoy”, cuyos resultados coinciden en buena parte con el caso anterior, en el sentido que INTERNACIONALES registró un total de 48 notas sumando el 36.9%, secundado por ECONOMIA que con 41 notas alcanzó 31.5%. En un tercer lugar se posicionó ESPECTACULOS, con 22 notas haciendo el 16.9%, finalmente DEPORTES obtuvo 19 notas equivalentes al 14.6%, (ver Anexo # 2 – F).

La tendencia se mantiene en los resultados encontrados en el noticiero “Hechos”, analizado del 17 al 21 de enero del 2000, donde la sección de INTERNACIONALES obtuvo 25 notas, ocupando el mayor porcentaje con el 78.1%, con una marcada diferencia le sigue ECONOMIA con cinco notas que representan el 15.6%, finalmente CLIMA, obtuvo dos notas equivalentes al 6.3%, (ver Anexo # 5 – F).

Del 24 al 28 del mes y año antes indicado, se evaluaron cinco emisiones estelares de “TeleDos”, en las que se encontró una significativa disminución de productos periodísticos que tienen su origen en Internet respecto a los otros medios, Aquí el 100% de notas que se apoyan en Internet, fueron divididas de forma equitativa entre las secciones de INTERNACIONALES y CLIMA con cinco notas cada una, equivalentes al 50% respectivamente, (ver Anexo # 6 – F).

3.2 Discusión sobre el alcance y significado de la teoría

Los cambios tecnológicos no solo han revolucionado al mundo sino que han obligado a la humanidad a depender en un gran porcentaje de las máquinas. Como lo señala la teoría de la Relatividad y demostró la revolución industrial, nada permanece estático, (Albert Einstein, Teoría de la Relatividad, 1917).

El ser humano, al igual que todos los procesos de producción se encuentran en constantes cambios. Las comunicaciones no se han mantenido al margen de esta revolución, basta recordar cuando Gutemberg creó el primer sistema de tipos móviles hace aproximadamente 600 años, dando paso a la impresión masiva de textos y generando una ansiedad desenfrenada por el consumo de información, (Echeverría Javier, 1998, “Internet y el Periodismo Electrónico”).

Los descubrimientos no se detienen, tras el surgimiento de la prensa escrita, continuó la radio y luego la televisión, en aquel momento quizá nadie pensó en que un nuevo medio de comunicación integraría a los precedentes, como lo señaló Marshall McLuhan en su obra “Galaxia de Gutemberg”.

Ahora asistimos al nacimiento de un innovador e inteligente medio de comunicación llamado INTERNET, el cual como ningún otro ha logrado incorporar los medios informativos convencionales, razón por la cual autores como Luis Foix, director de la Revista “La Vanguardia”, especializada en Internet, lo han considerado “la punta del iceberg y el paradigma de la sociedad digital” que plantea un nuevo espacio cultural y

social, un nuevo territorio para la comunicación y el periodismo que servirá de soporte para la información, materia prima más valiosa del siglo XXI, (Echeverría Javier, “Internet y el periodismo electrónico”, 1999).

Dada la pluralidad de formas de interacción humana que ofrece Internet a través de sus diversas aplicaciones, se le ha considerado como la gran enciclopedia, el inmenso banco de datos, la supercarretera de la informática y en definitiva, el medio completo que ofrece soluciones a las distintas necesidades planteadas por el universo de usuarios.

La novedad de Internet rápidamente se extendió de forma sigilosa por todo el planeta en la última década del siglo XX, modificando los hábitos de vida y comunicación de buena parte de la humanidad.

En el campo de las comunicaciones, Internet vino a reducir los tiempos y distancias que durante muchas décadas habían obstaculizados el intercambio de información alrededor del mundo. Para esta herramienta, que en un inicio fue un privilegio de militares y científicos, no existen fronteras, ni nacionalidades de ninguna índole, solo basta con estar conectado a la red por medio de una computadora para visitar cualquier lugar del planeta, a través del llamado “ciberespacio” y en tiempo real.

En un inicio Internet fue vista como una amenaza para los medios de comunicación tradicionales, probablemente por ignorancia, temor o desconfianza manifestada por algunos de los propietarios que veían en la nueva herramienta el desplazamiento de los métodos convencionales de dar a conocer sus productos informativos, sobre todo en el caso de los periódicos.

Afortunadamente dicha concepción fue transformándose con el paso de los años y ahora reporteros, editores, directores y los mismos propietarios ven en Internet un medio de apoyo en el campo periodístico, considerado por algunos de ellos indispensable, (Kaagan Research Associates, 2001).

3.3.1 Internet en la prensa salvadoreña

Con la llegada oficial de Internet a El Salvador, en Septiembre de 1994, año en el que la Organización Internacional de Estándares (ISO), le otorgara el código SVNet con el que se legalizó la incorporación de este país a la red mundial, bajo la administración del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), los medios de prensa observan los destellos de luz que irradian de esta poderosa herramienta que dos años después marcaría el inicio de la era electrónica para el periodismo salvadoreño, (Huget Federico, director CONACYT).

“El Diario de Hoy” fue el primer medio de comunicación del país, en trasladar parte del contenido de las ediciones impresas a su página Web, creada en 1996, a iniciativa de sus propietarios Enrique y Fabricio Altamirano, padre e hijo respectivamente, cuyo contenido en sus inicios se limitó al saludo de su director Enrique Altamirano, complementada por un resumen de las principales cinco notas informativas del día, la misma con el transcurrir de los años se ha modificado.

Al ser el primer medio en salir al encuentro de Internet, “El Diario de Hoy”, se adjudica el dominio ELSALVADOR.COM, sitio con sede en Estados Unidos, razón por la cual no incluye en su dirección electrónica las siglas “sv”, código otorgado a El Salvador (<http://www.elsalvador.com>).

La novedad de Internet a su llegada a los medios de comunicación salvadoreños a mediados de los años 90, llevó a “La Prensa Gráfica” a deponer la rivalidad que históricamente ha mantenido con la competencia, “El Diario de Hoy”, empresa que acuerda otorgarle un espacio dentro de su dominio para que este rotativo diera también a conocer sus noticias en la Web.

En aquel momento, las personas interesadas en leer la edición electrónica de “La Prensa Gráfica”, se vieron obligados a visitar el sitio Web de “El Diario de Hoy” en la cual encontrarían el enlace o link que les permitiría ingresar a la página deseada, (Zair López, entrevista El Diario de Hoy).

Mediante la evolución de Internet en el país, se descubre la posibilidad de interconectarse a la red mundial a través del dominio superior SVNet, y es de esta forma como “La Prensa Gráfica” se desliga de ELSALVADOR.COM y obtiene su propio sitio o subdominio, el cual es autorizado por el CONACYT (<http://www.laprensa.com.sv>).

Con el transcurrir del tiempo y en respuesta de la competencia, los demás medios informativos terminaron reconociendo que el no participar de los beneficios de las nuevas tecnologías, en el caso específico, Internet, les significaría un estancamiento y una amenaza que podría llevar a sus empresas a desaparecer. Fue así como en este país calificado de

tercermundista, se marca un precedente histórico no sólo en el área del periodismo, sino también en la expansión de Internet.

En lo que respecta al campo de la televisión, “TeleDos” fue el primero en acreditarse un sitio en la Web en 1997, al establecer su propio servidor en Miami, Estados Unidos, razón por la cual su dirección electrónica no incluye la sigla “sv” (<http://www.teledos.com>). Logro que se concreta por iniciativa de su director Alejandro Fonseca Eszerki, con el que marca el liderazgo en la implementación de Internet a nivel de noticieros televisivos en El Salvador.

Los cuatro medios de prensa investigados cuentan con Internet como recurso de apoyo en la producción periodística, sin embargo el noticiero “Hechos”, pese a que desde 1997, con la llegada de la Televisión Azteca salió al encuentro de este servicio, hasta el momento de la investigación, continuaba siendo el único medio de la muestra que aún carecía de su página o sitio Web, prescindiendo de dar a conocer sus noticias a un universo mayor de público.

Esta es una realidad que el mismo jefe de prensa de dicho noticiero, Alexis Díaz, terminó reconociendo, en sus propias palabras “el recurso de Internet no se ha explotado como debería”, (ver Anexo # 3-B, entrevista Noticiero “Hechos”).

Los resultados de la encuesta suministrada a una muestra de veinte personas divididas de manera proporcional entre “La Prensa Gráfica”, “El Diario de Hoy”, “Hechos” y “TeleDos”, revelaron que la mayoría de los periodistas tienen nociones sobre

el surgimiento de Internet, y que todos conocen de la existencia de esta herramienta y se benefician de algunos de sus servicios (ver Anexos # 3-E y 4-E).

La Internet es un recurso relativamente joven en El Salvador, aspecto al que podría atribuirse en parte la subutilización de sus servicios, vacío que fue comprobado mediante la aplicación de varias técnicas de investigación científica a las que se acudió en este estudio.

Esta subutilización se debe a que muchos de los periodistas carecen de los insumos básicos indispensables para hacer un mejor uso de los servicios que brinda esta herramienta tanto en su campo profesional como personal.

Dado el vacío pedagógico que representa Internet en la formación profesional de los periodistas, cuyo campo hasta hace algunos años, no formaba parte de los planes de estudio de las universidades, ha obligado a los comunicadores en ejercicio a conocer por otros medios como son los cursos libres, seminarios y capacitaciones sobre el funcionamiento del nuevo recurso tecnológico y particularmente su aplicación en el terreno del periodismo, ya que el invertir en la capacitación del personal que procesa la noticia no ha significado una prioridad para los dueños de las empresas informativas en El Salvador.

Al respecto, José Luis Dader, catedrático español reflexiona “en las facultades de periodismo hay familiaridad con la tecnología pero no se trabaja lo suficiente sobre la mentalidad del futuro profesional, que debería adquirirse a través de otro tipo de enseñanza, por ejemplo: cómo redactar las noticias en un medio digital, cómo integrar gráficos y

vínculos, son aspectos que no se han incorporado a la formación de los periodistas”, (Bullon Piedad, “Algo está cambiando”, Primera parte, 1998).

Esta deficiencia pedagógica se acentúa debido a que la novedad de Internet no convenció a los propietarios de los medios informativos sobre lo importante que resultaría para sus empresas la capacitación de los empleados (reporteros y redactores), en torno al uso y aprovechamiento del novedoso recurso en la rutina periodística, situación que los mismos periodistas terminaron reconociendo, (ver gráfico pregunta No. 3, muestra global, Anexo # 7-E), al sostener que los escasos conocimientos que se poseen al respecto fueron adquiridos con la práctica y no necesariamente en el medio para el cual laboran.

En “El Diario de Hoy”, por mencionar un ejemplo, la capacitación se limitó para las tres personas que tienen a cargo la actualización de la página Web, la cual según puntualizó Zair López, uno de los encargados de la edición electrónica, versó en las áreas de diseño gráfico y programación.

Pero el futuro promete ser diferente, ya que algunas universidades que sirven la carrera de periodismo u otras afines, han incluido en su planes de estudio, por lo menos una asignatura que tiene que ver con informática y el uso de las nuevas tecnologías, particularmente Internet, (Ver Anexos # 1H – 5H, Planes de Estudio). Aunque es de recalcar la necesidad de fortalecer la enseñanza en los futuros profesionales sobre la nueva forma de hacer periodismo en Internet.

3.3.2 Aspecto económico y conocimiento sobre Internet

El factor económico se vuelve determinante en todos los aspectos a la hora de comprobar las variables que conforman la hipótesis de esta investigación, debido a que la escasa inversión en capacitar a los periodistas para que adquieran los conocimientos técnicos sobre el funcionamiento y aplicación de Internet en su trabajo diario, constituye una consecuencia directa en la forma deficiente en que se utiliza la herramienta como medio de apoyo en el campo periodístico.

Si bien el arribo de Internet a la prensa salvadoreña llevó a los propietarios de los medios de comunicación a invertir en la adquisición e instalación de equipo tecnológico sofisticado, los resultados obtenidos hasta la fecha no han sido los más óptimos, debido a que se descuidó el elemento más valioso como es el recurso humano, piedra angular en que descansa la responsabilidad no sólo de recuperar lo invertido, sino y lo más importante, la de aprovechar al máximo los servicios que esta herramienta ofrece en beneficio de las mismas empresas informativas.

De los cuatro medios que integran la muestra, la investigación determinó que han sido “El Diario de Hoy” y “La Prensa Gráfica” los que mayor inversión en Internet han realizado, es de destacar que el énfasis de la misma se realizó en la reconversión tecnológica, es decir, adquisición de ordenadores, módem, programas, etc. (Ver Anexo # 2-B, entrevista Zair López , “El Diario de Hoy” y Anexo # 1-B, entrevista Hugo Martínez “La Prensa Gráfica”).

El propósito de precisar sobre el número de computadoras con las que cuenta cada uno de los periódicos se vio frustrado, debido a que los consultados tanto de “La Prensa Gráfica” como de “El Diario de Hoy” omitieron puntualizar al respecto, aduciendo que este tipo de información es de manejo exclusivo de la empresa, únicamente se estimó sobre el porcentaje de máquinas conectadas a Internet en el área de redacción, el cual oscila entre el 80% y 90% de ellas.

Este indicador refleja por un lado la inversión que los propietarios de ambos rotativos han realizado en la compra de equipo y los gastos de conectividad, es decir, el pago que se realiza al proveedor del servicio de enlace a la red, así como el grado de utilización que en dichas empresas se hace del importante recurso.

El segmento de la prensa que en la actualidad mayor inversión y consecuentemente uso de Internet realiza son los periódicos, debido a que son los medios que de mayor personal, espacio y tiempo disponen para localizar y dar a conocer a través de sus distintas secciones, una diversidad de información, mucha de ella, proveniente del Internet, (ver Anexo # 9-E).

En la prensa escrita, todo el personal trabaja para una sola edición que será publicada al día siguiente, lo cual significa que los redactores tienen mayor disponibilidad de tiempo para ingresar al Internet en busca de información que les servirá para nutrir los contenidos de sus respectivas secciones.

Contrario a esto es lo que sucede en los noticieros televisivos, donde en primer lugar se cuenta con un personal más reducido y se labora para al menos dos emisiones diarias y

varios avances informativos, factores por los que el acceso de los reporteros a la red, se torna más difícil y complejo.

Es de recalcar que los periodistas de la prensa escrita disponen de mayor tiempo para acceder a Internet, localizar y transferir hasta sus pantallas electrónicas toda aquella información que les permite profundizar en tópicos tales como economía, clima, espectáculos, deportes, entre otros.

Así mismo, tal y como se ha apuntado anteriormente, los periódicos cuentan con mucho más espacio para publicar dichos contenidos, en sus ediciones impresas respecto a los noticieros televisivos.

Al respecto estudios realizados por prestigiosas firmas internacionales como Kaagan Research Associates, sostienen que el segmento de profesionales que más consultan Internet son los periodistas, sobre todo aquellos que cubren áreas relacionadas con la economía, ciencia y tecnología, en alusión directa a las cualidades que distinguen no sólo la actividad periodística sino también, aquellos que la ejercen, es decir, que son los comunicadores quienes están obligados moral y profesionalmente a informarse de lo que acontece en todos los ámbitos, no sólo en su país sino en el mundo entero.

Además, son los periodistas el soporte mediante el cual las empresas informativas (locales), conocen de primera mano las noticias que son titulares en los principales medios de prensa internacionales gracias a la facilidad que proporciona Internet. Sin dejar de lado la acuciosidad que por convicción distingue a estos profesionales.

En este sentido la investigación, amparada en los resultados del monitoreo realizado a los productos informativos de los cuatro medios que integran la muestra, reveló que la información más consultada en Internet se concentra en la categoría “INTERNACIONALES”, seguido de “ECONOMIA”, “CLIMA”, “DEPORTES” Y “ESPECTACULOS”, (ver Anexo # 7-D ,cuadro de monitoreo global).

Generalmente las noticias “Internacionales” mantienen un espacio reservado en todo medio de prensa, en El Salvador no es la excepción, los periodistas dedicados a esta sección constantemente monitorean las ediciones electrónicas de los principales periódicos y cadenas internacionales, así como de sus entregas en la televisión a través de cable o satélite.

Es de hacer notar que la opción “Internacionales” no se incorporó como tal en la encuesta por considerar que la información que se consulta tanto en la prensa escrita como en la televisiva pertenece a este ámbito, es decir, que en las noticias nacionales por lo general no se consulta Internet, dado que la mayoría, por no decir todos los datos que en ellas se incluyen, son proporcionados de manera directa por la fuente respectiva.

A nivel de periódicos de acuerdo con la encuesta, se encontró que la información mayormente consultada en Internet es la “Ambiental”, (ver Anexo # 9-E, gráfico pregunta No. 5, prensa escrita), tema que resultó ser de mucho interés para los redactores quienes acuden a la red en busca de estadísticas, datos científicos entre otras informaciones especializadas, que sirven de soporte a la hora de escribir reportajes especiales relacionados con diferentes aspectos de la naturaleza.

El tema ambiental ha cobrado importancia en los diferentes medios de comunicación, debido a que en la actualidad diferentes estratos de la sociedad hablan de la necesidad de generar una conciencia ecológica, de preservar los recursos naturales y evitar la contaminación, es decir el auge de este tópico incluso ha impuesto una forma especializada de hacer periodismo.

La información de interés personal o particular de los periodistas representada en la categoría “Otros”, que poco a nada tiene que ver con su trabajo profesional, es la que sobresale en términos de consulta en el caso de la prensa televisiva, este apartado recoge la afinidad o interés que los reporteros manifiestan en torno a tópicos como música, arte, cine, literatura, comercio electrónico, curiosidades etc. (ver Anexo # 10-E, gráfico pregunta No 5, prensa televisiva).

Lógicamente éstas consultas se realizan siempre y cuando se cuente con el equipo adecuado disponible y sobre todo con el tiempo libre, sin dejar de cumplir con sus obligaciones laborales.

Los resultados anteriores se vinculan de manera directa con los servicios más utilizados por los reporteros y redactores, quienes además de consultar y acceder a información ya sea para ampliar el contenido de sus noticias y reportajes, o la que resulte de su interés, a través de la World Wide Web, se apoyan del Correo Electrónico y los Grupos de Noticias.

El primero de estos servicios les permite establecer contactos con periodistas de otros medios informativos, mientras que con el segundo, pueden participar en reuniones o debates especializados en la red, beneficios que para muchos han llegado a reemplazar algunos de los sistemas convencionales de comunicación como el correo aéreo, teléfono y fax, (ver Anexo # 14-E, gráfico pregunta No. 6, servicios más utilizados, muestra global).

3.3.3 Internet, un nuevo medio

La primera utilidad que el periodista debe verle a Internet es la de ser una magnífica y rápida fuente de información, cuya fiabilidad al igual que al resto de las fuentes debe ser sometida a una revisión crítica y permanente.

Contrario a lo que se pensó en un momento, la historia ha demostrado que la radio pasó a ser algo más que la lectura de textos de periódicos; y que la televisión se convirtió en algo más que una radio con imágenes, por lo que los productos informativos electrónicos han comenzado también la construcción de su propia identidad y retórica, (Lobietti, 1996).

Las características que hoy por hoy se conocen de Internet, hacen pensar que la humanidad esta frente a un nuevo medio de comunicación, que si bien no busca desplazar a los ya existentes (prensa, radio y televisión), ha logrado integrarlos, planteando además la redefinición del papel de los medios tradicionales, (Díaz Noci, 1994).

El carácter multimedia, es decir la integración en una misma unidad discursiva, de información de varios tipos: texto, imágenes (fijas o en movimiento), sonidos e incluso bases de datos o programas ejecutables, marca el salto de la obra periodística audiovisual a la electrónica, (Cloutier, 1994, pág. 43).

El periodismo en Internet vino a romper con la secuencialidad en la forma de presentar la información con el surgimiento del hipertexto, el cual permite organizar la información textual, visual, gráfica y sonora, a través de vínculos integrados en un conjunto o estructura, en un sistema que permite las relaciones combinadas entre ellos, (Caridad y Moscoso, 1991, pág.48).

Los intervalos de tiempo con que tradicionalmente ha sido difundida la información, han logrado reducirse de manera significativa, 24 horas en el caso de los periódicos, pero los medios electrónicos prescinden de esta condicionante, ya que pueden actualizarse continuamente, rompiendo así la tradicional periodicidad.

Aunque esta característica no se aplica para aquellos medios que actualizan sus ediciones “on line” una vez cada 24 horas, como ocurre con los medios que integran la muestra de esta investigación.

En menor o mayor grado, todos los medios son interactivos, pero éste rasgo se ha acentuado aún más en los nuevos medios informativos electrónicos. La interactividad se define como la capacidad y el derecho que el usuario tiene de preguntar al sistema y obtener de éste una respuesta, rompiéndose así los tradicionales conceptos de mensaje unidireccional y medio de comunicación de masas, (Assenatto Lucilla, 1994).

En los medios electrónicos el usuario define su perfil y con ello los temas de su interés, de esta forma no se ve obligado a perder tiempo en revisar información que no le incumbe, dando paso a los informativos personalizados, sean estos impresos, audiovisuales o una combinación de los mismos, (Giovanetti, 1995).

3.3.4 El periodista electrónico

Internet no sólo ha generado una reconversión tecnológica a nivel de los medios informativos, si no también un cambio cualitativo en el periodista, quien ha sido testigo y parte de la transición de los sistemas tradicionales de comunicación masiva a la era digital impuesta por Internet.

El nuevo periodista tendrá que aprender a trabajar para un sistema multimedia, es decir a adquirir y aplicar conocimientos sobre informática, imagen y sonido, tendrá que evolucionar hacia el acceso de bancos de datos y fuentes informativas de diversa procedencia. (Armañanzas Emy, “Periodismo Electrónico”, 1996, pág. 48).

Es obvio que el periodismo, va a seguir siendo un negocio de contenidos, la forma en que se transmitan estos determinará, en buena medida, el éxito o no de la empresa. Y en ese proceso, al que deberá adaptarse sí quiere sobrevivir, el papel del periodista seguirá siendo crucial, protagonista junto con el receptor del apasionante mundo de la comunicación, (García de Torres, Elvira, “Periodismo en Internet”, 1998).

Una de las cualidades que los periodistas deberán conservar a la hora de conectarse a Internet es la prudencia, debido a que si bien en la red existe una gran cantidad de

información buena, creíble y segura, también existe el riesgo de encontrar mucha basura, pero los comunicadores deberán ser muy cautos y estrictos en confrontar la veracidad de las fuentes a consultar, antes de ser víctimas de engaño y hacerlo extensivo al público. (Rivera Alicia, Sala de Prensa 1999).

Además de plantear un nuevo perfil del periodista, esta poderosa herramienta vino a sustituir, en cierta medida, el papel que hasta antes de su existencia habían jugado las agencias internacionales de noticias, como Reuters, ACAN-EFE, AFP, Notimex, AP, etc.

Ahora Internet no sólo permite conocer las informaciones con mayor rapidez sin importar la distancia, sino que además ofrece una diversidad de opciones para lograrlo, muchas de ellas sin tener que pagar una membresía, lo que se traduce en una reducción de costos para las empresas informativas, que en gran parte dependían de los servicios suministrados por las agencias, (Del Campo, José Luis, director Agencia Exclusivas en Red).

La situación se vuelve similar en el caso de los noticieros televisivos donde información escrita, fotografías e imágenes de satélite, pueden obtenerse de Internet con sólo ingresar a la página o sitio Web de cualquiera de las cadenas internacionales de noticias como: CNN, CBS, Univisión o consultar la edición electrónica de los principales periódicos del mundo, el que la situación amerite, para luego reproducir la información tomada de estos en sus espacios noticiosos, práctica que muchas veces se realiza sin otorgar los créditos respectivos, como ocurre con casi todos los noticieros televisivos del país.

En ese sentido y como lo advierten destacados juristas que han escrito sobre delitos penales susceptibles a ser cometidos en las redes telemáticas, figuran las violaciones a los derechos de autor y los referidos con la propiedad intelectual que se vuelven proclives con el tráfico masivo de información en forma de texto, audio y vídeo a través de la red, (Rivas Javier, 1996: 22). Hasta hoy no existe un poder coercitivo que haga cumplir dichos preceptos en el mundo que plantea Internet, donde ni siquiera se tiene conocimiento sobre la existencia de reglas claras que normen su “adecuado y responsable uso”.

En este sentido, las grandes corporaciones de la industria de las comunicaciones que han comenzado registrar millonarias perdidas a causa de los piratas de la red tales como las compañías disqueras, editoriales, entre otras, realizan desde hace algunos años sus mejores esfuerzos tendientes a lograr de los gobiernos la aprobación de ciertas leyes que regulen el acceso privado a la red. (Heidi y Alvin Toffler, 1995).

Sin embargo, esta compleja discusión sobre la gobernabilidad del ciberespacio se convierte en un tema que amerita el desarrollo de una nueva investigación, el propósito de incluir dicho aspecto fue el de ilustrar como en la práctica algunos medios de comunicación irrespetan los derechos de autor, y sobre todo advertir lo que podría estar ocurriendo o suceder en el futuro de Internet.

3.3.5 Acceso

De forma concisa y como se ha expuesto en las páginas anteriores, las causas que hacen de Internet un recurso subutilizado en la prensa salvadoreña tienen que ver en primer lugar con la “falta de inversión” que impide a los periodistas adquirir los conocimientos necesarios para acceder a la red.

La “carencia de equipo adecuado”, que tiene que ver directamente con la inversión, es otro aspecto que impide agilizar la búsqueda y transferencia de información, a lo que también se suma el factor tiempo que en este proceso se vuelve determinante, pues los periodistas a diario se enfrentan con el monstruo que para ellos significa la hora del cierre en el caso de los periódicos, o la de salir al aire en la televisión, (ver Anexo # 26-E, gráfico pregunta 10, muestra global).

Pese a estas limitantes detectadas en la investigación se encontró que todos los periodistas consultados han accedido al menos una vez a Internet, sin embargo un importante porcentaje de ellos no la utiliza como fuente de apoyo para la elaboración de sus productos periodísticos, debido a las siguientes razones:

La primera de ellas tiene que ver con que la mayoría de reporteros y redactores trabajan noticias nacionales en las que el cúmulo de información proviene de fuentes ya establecidas y casi nunca consultan Internet para contextualizarlas.

El tiempo del cual no disponen los reporteros en sus rutinas de trabajo, es otra de las razones que limita el acceso de los periodistas a la red, sobre todo aquellos que laboran bajo presión, como ocurre en los noticieros televisivos, a esto se suma el temor de no encontrar la información precisa en el momento oportuno que les permita enriquecer sus materiales

periodísticos previa difusión de los mismos, (ver Anexo # 8-E, gráfico pregunta No. 4 y Anexo # 17-E, pregunta No. 7, muestra global).

No sorprende entonces que la mitad de los periodistas de la muestra televisiva según determinó la investigación no hayan escrito ni una tan sola nota utilizando Internet como fuente de información, (ver Anexo # 16-E, gráfico pregunta No. 7, prensa televisiva) fenómeno que resulta preocupante y que explica por si mismo el débil aprovechamiento que en la práctica muchos periodistas realizan de Internet, a casi cinco años de la llegada a sus medios.

Otra deficiencia detectada en la práctica periodística, es el hecho que los reporteros y redactores al no estar familiarizados con el funcionamiento de la red mundial y la gama de servicios que esta ofrece, temen ingresar en busca de un dato o información específica, debido a lo complejo que podría resultar dicha tarea cuando no se tiene definido el sitio Web a consultar, traduciéndose dicho intento en una pérdida de tiempo sin resultados satisfactorios.

Si bien la investigación reflejó que son los directores, jefes de prensa (editores en los periódicos) y los coordinadores quienes mayor acceso al Internet experimentan, las respuestas de los redactores, en el caso específico de “La Prensa Gráfica” y los reporteros en “TeleDos”, mostraron ciertas contradicciones respecto a la información obtenida mediante las encuestas (ver Anexo # 20-E, gráfica pregunta No. 8, muestra global).

Estas incongruencias motivan pensar que muchos de los consultados no respondieron conforme a la realidad que viven en sus lugares de trabajo, ya que al comparar los datos obtenidos mediante la aplicación de ambas técnicas se determinó cierta información falsa, a través de la cual se percibió el interés de algunos comunicadores por demostrar ser mejores que la competencia, observándose una visión más de empresa que del propio periodista.

Mediante las visitas a las salas de redacción en ambos noticieros se comprobó, que los reporteros de “TeleDos”, continúan redactando sus notas en máquinas de escribir, pese a que en este noticiero existen cuatro computadoras conectadas a la red a las que los periodistas se ven imposibilitados ingresar (ver Anexo # 8-C, cuadro pregunta No. 8).

El acceso a Internet, en este medio, se reduce al director y jefe de prensa, y son ellos quienes tienen el privilegio de acceder en busca de alguna información que luego proporcionan a sus periodistas como material de apoyo para la elaboración de las notas y reportajes.

El director de “TeleDos”, Alejandro Fonseca, reconoció la deficiencia que a su juicio significa el no brindar a sus reporteros el acceso a Internet, en sus palabras “sería de gran beneficio para la empresa facilitar el acceso de los periodistas a esta novedosa herramienta, siempre y cuando se haga un uso responsable de la red”, (ver Anexo # 4-B, entrevista Alejandro Fonseca, “TeleDos”).

La responsabilidad a la que se hace mención está sustentada en varios aspectos, entre ellos la desconfianza que albergan los propietarios, en este caso de “TeleDos”, en torno al uso que los reporteros harían del recurso, así como la falta de convicción y voluntad a la hora de invertir en el equipo y la capacitación del personal de prensa, actitud que impide de alguna manera, ver a mediano o largo plazo los beneficios que de tal determinación podrían obtenerse.

En el noticiero “Hechos”, la limitante que impide a los comunicadores hacer un mejor aprovechamiento de Internet es “la falta de capacitación”, ya que aquí se dispone al menos de cinco computadoras conectadas a Internet a las que los reporteros tienen libre acceso.

Esto refleja que tanto el propietario como el director de este medio informativo, cargos ocupados por Jorge Zedán y Mauricio Funes, respectivamente, no se han interesado en capacitar a su equipo de prensa, probablemente se deba a que no ven en ello un beneficio económico directo.

Es de tomar en cuenta que la reconversión tecnológica del noticiero “Hechos”, como de canal 12 en general, se debió a la fusión con la Televisión Azteca, lo cual deja en claro la ausencia de criterios periodísticos, pese a ser este el único medio de la muestra cuyo director cuenta con una formación profesional en el área de las comunicaciones.

Facilitar el acceso de los periodistas a Internet tampoco es una prioridad en “La Prensa Gráfica”, la investigación reveló que la mayoría de los consultados de este rotativo

enfrentan limitantes para ingresar a la red, situación que fue confirmada por Hugo Martínez, uno de los encargados de la edición electrónica.

Martínez puntualizó que el acceso es sólo para el director y jefes editores, excluyendo a los redactores quienes a su juicio “no lo necesitan”, pese a que son ellos los encargados de recabar, procesar y dar a conocer la información, (ver Anexo # 1-B, entrevista Hugo Martínez, La Prensa Gráfica).

Posiciones como la anterior recuerdan la enorme brecha que separa a los periodistas de los propietarios y jefes inmediatos de los medios de comunicación, donde definitivamente las visiones y prioridades son diferentes, situación que al igual que en otras empresas se aplica al uso que a juicio de unos y otros debería realizarse de Internet.

Por lo general los propietarios de los medios de comunicación ven en el periodismo una estrategia o vehículo que garantiza rentabilidad, que dicho sea de paso ha llegado a serlo dado el auge de la publicidad.

Ciertamente, la práctica demuestra que lejos de preocuparse por mejorar el contenido periodístico, para los empresarios de las comunicaciones lo más importante son las ganancias que de esa actividad profesional, calificada de arte por algunos, puedan obtener.

La explicación a este fenómeno se debe a que los dueños de estas empresas piensan y actúan como administradores y casi nunca como comunicadores, debido a la falta de una formación profesional en el campo periodístico.

3.3.6 Aplicación

Con el transcurrir del tiempo, las nuevas tecnologías han colocado a la información como la mercancía más valiosa que pueda existir, hipótesis que ha cobrado fuerza con el nacimiento y desarrollo de Internet y su aplicación al periodismo.

Sin embargo, sus maravillosos aportes no podrán sustituir el trabajo realizado por el ser humano, será siempre el periodista quien acuda al lugar donde se ha suscitado un hecho noticioso, recabará los detalles de lo ocurrido para luego darlos a conocer al público, proceso en el que la tecnología incluyendo Internet, participa únicamente como medio de apoyo.

“Internet no sólo representa un medio de comunicación más, sino también un nuevo y completo medio de producción que en el campo del periodismo con el transcurrir del tiempo se irá perfeccionando”, como lo apunta Javier Echeverría, en su obra “Internet y periodismo electrónico”, (1999).

Esta perspectiva fue compartida por directores, jefes de prensa y periodistas de las empresas informativas consultadas, quienes desde ya consideran “IMPRESINDIBLE” el uso de esta herramienta en el campo periodístico, la cual ha demostrado ser el método más eficaz para “REDUCIR TIEMPO Y COSTOS” al ser utilizada como fuente de consulta y/o medio de difusión de información.

A excepción del noticiero “Hechos” que como se ha apuntado anteriormente no cuenta con su propia página Web, los tres medios restantes de la muestra se valen de Internet para dar a conocer sus productos informativos.

Tanto “La Prensa Gráfica”, “El Diario de Hoy” como el noticiero “TeleDos” actualizan el contenido de sus ediciones electrónicas una vez por día, proceso que inicia con la selección de las notas las cuales generalmente se hacen acompañar de sus respectivas fotografías (máximo dos por nota en el caso de los periódicos).

El diseño en la edición electrónica varía al del medio impreso, de igual manera las imágenes sirven como un descanso visual en la pantalla y se evita que interrumpan la secuencia de la lectura. En ambos rotativos el promedio de notas que actualizan diariamente en Internet oscila entre 60 y 80 en sus diferentes secciones, cuyos contenidos son retomados de manera íntegra de la edición impresa que saldrá publicada el día siguiente en papel, (Ver Anexo desde # 1-G hasta # 3-G, ediciones electrónicas impresas).

La impresión del periódico que por lo general se realiza al filo de la media noche coincide con la hora de publicación de esos mismos contenidos en Internet, con la ventaja que el lector de la edición electrónica desde Australia, China o cualquier otro país del mundo con sólo entrar a la página Web de uno u otro periódico podrá conocer con anticipación lo que ocurre en El Salvador, antes que el ciudadano común y corriente, temprano en la mañana, tenga que desplazarse hacia la esquina para adquirir un ejemplar impreso.

En el caso de “TeleDos”, el número de notas a publicarse diariamente se reduce de manera significativa respecto a los periódicos, entre ocho y diez resúmenes de las noticias más relevantes, entre ellas la información de última hora, proceso de actualización que se realiza entre las 18 y 20 horas locales. Cada texto se visualiza con un promedio de tres imágenes, las cuales han sido previamente seleccionadas y capturadas del vídeo, (Ver Anexo # 3-G, edición electrónica TeleDos).

Entre las personas que más consultan las ediciones electrónicas de los tres medios referidos, destacan los salvadoreños residentes en el extranjero, inversionistas y personas interesadas en conocer el país.

En el promedio de visitas diarias a sus respectivas páginas las tres empresas informativas coincidieron en señalar un número aproximado de 15 mil personas, cifras que resultan atractivas para sus propietarios al pensar en los beneficios económicos que podrían obtenerse de la publicidad en sus sitios Web, (Ver Anexo # 1-B, entrevistas).

Hasta hoy, el sitio o página Web de los noticieros televisivos poco o nada se diferencian de las ediciones electrónicas que mantienen los periódicos, debido a que se limitan a presentar bloques de textos acompañados de imágenes sin movimiento, la actualización de las noticias en lugar de realizarse dos o varias veces al día, se limita a una sola.

Dichos aspectos resultan contradictorios con la inmediatez y dinamismo que ha caracterizado al medio de comunicación “más completo”, como fue considerada la televisión, hasta antes del surgimiento de Internet.

3.3.7 Perspectivas de Internet en el periodismo

Sin embargo, las proyecciones que le deparan a Internet en la prensa salvadoreña son muy promisorias, en el caso de “TeleDos”, según su director Alejandro Fonseca, se tiene contemplado hacer de su página Web un sitio interactivo donde el visitante pasará de ver texto y fotografía, como ocurre en la actualidad, a informarse con imágenes en movimiento y audio como si se tratase de la emisión estelar en la televisión. Esto requerirá de una fuerte inversión económica, pero que ha juicio de Fonseca, será solventada al menos en parte por la publicidad en Internet.

Las ediciones digitales de los periódicos salvadoreños diferentes en contenido y forma a las impresas en papel, se encuentran a las puertas, “El Diario de Hoy” dentro de sus planes a mediano plazo contempla la posibilidad de crear un periódico digital, cuyas notas y fotografías serían actualizadas constantemente, convirtiéndose en un medio independiente al impreso.

Similar a lo ocurrido con “El Clarín” de Argentina, “La “Reforma” de México, el “San José Mercury Center” y el “New York Time” de Estados Unidos, por citar algunos; pero concretar este proyecto en El Salvador, dependerá de la forma en que la publicidad en Internet haga viable el financiamiento del mismo.

La publicidad en Internet deberá crecer de forma paralela y simultánea al comercio electrónico, campos cuyo desarrollo en El Salvador aún es incipiente, a juicio de Hugo Martínez, responsable de la edición electrónica de “La Prensa Gráfica”, quien agregó que mientras la empresa no cuente con los mecanismos que le aseguren rentabilidad en un proyecto, éste no se ejecutará; según puntualizó, “lo ideal sería comercializar de forma estratégica los sitios Web”, (ver Anexo # 1-B, entrevista Hugo Martínez, La Prensa Gráfica).

En el noticiero “Hechos” de Canal 12, si bien no se contemplaron proyecciones específicas en el área de Internet, se reconoció que el prescindir de los beneficios que ofrecen las nuevas tecnologías es igual a quedarse aislado de lo que sucede en el mundo exterior, situación que en palabras del jefe de prensa Alexis Díaz, no favorece en nada a un medio de comunicación cuyo propósito es de llegar al mayor número posible de personas interesadas en conocer sobre lo que ocurre en el país sin importar la barrera de la distancia.

Por ahora Internet ha demostrado ser el vehículo más eficiente y económico en la transferencia de información desde y para cualquier parte del mundo, cualidad con la que se está beneficiando la prensa salvadoreña al igual que otros medios internacionales.

Y se beneficiará aún más en la medida que los responsables de las decisiones, es decir, los dueños de los medios, acuerden apostarle a este importante recurso tecnológico que marca el inicio de la era electrónica digital.

De acuerdo con los teóricos de la informática, Internet en un corto o mediano plazo se convertirá en una herramienta tan común para los periodistas como lo es en la actualidad

la libreta de apuntes o el teléfono celular, un medio que les permitirá transmitir las noticias a sus salas de redacción de forma casi simultánea al desarrollo de las mismas en el lugar en que acontecen (Nielsen NetRatings, Kaagan Research Associates, 2001).

La expansión de Internet irá de la mano con lo que algunos expertos han dado en denominar Internet 2; es decir una nueva red, cuya velocidad de transmisión de datos podría llegar a superar en mil veces a la de la red actual.

Este proyecto presentado por el gobierno de turno de los Estados Unidos, en 1998, pretende desarrollar una capacidad de transmisión de contenidos en fibra óptica, equivalente a 30 volúmenes de la Enciclopedia Británica en tan sólo un segundo de tiempo, (Armentia, José Ignacio, “Diseño y periodismo electrónico”, pág. 214).

Un estudio de la consultoría “Datamonitor” estima que para el año 2003 el número de usuarios de Internet alcanzará los 545 millones (www.datamonitor.com). Aunque por el momento resulte imprevisible en qué puede derivar el desarrollo de esta red de redes, lo que hoy en día es ya un hecho es que la utilización de Internet ha superado todas las perspectivas iniciales.

Esto demuestra que la revolución de Internet apenas ha comenzado, nuevos servicios y aplicaciones continuarán descubriéndose y perfeccionándose en los años venideros, los cuales tarde o temprano llegarán a El Salvador y particularmente a los medios de prensa, para hacer más ágiles y completos los procesos de producción y difusión de la información periodística.

Es de enfatizar que la variable referente a los costos económicos, que impide el acceso de los periodistas a Internet, se aplica en la falta de capacitación de reporteros y redactores de los medios investigados, no así en la adquisición de equipo y tecnología, que sí bien no en el grado deseado, han invertido los dueños de algunas de estas empresas informativas.

Así las cosas, las variables contempladas en la hipótesis que dio origen a esta investigación, es decir, “los costos económicos y la falta de conocimiento técnico sobre el uso de Internet, son las limitantes que restringen a los periodistas de “La Prensa Gráfica”, “El Diario de Hoy” y de los noticieros “Hechos” y “TeleDos”, el acceso a esta herramienta para la elaboración de los productos periodísticos”, quedan comprobadas con los argumentos y datos expuestos a lo largo de este estudio, el cual se espera sirva de aporte e insumo a las venideras generaciones de periodistas que tendrán que convivir con las novedades de la nueva era.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Luego de procesar los datos encontrados en esta investigación sobre el “Uso y Aplicación de Internet en la Prensa Salvadoreña”, se llegó a las siguientes conclusiones:

- ❖ Dada a su reciente llegada a El Salvador, Internet es un recurso subutilizado en los medios de comunicación investigados, debido en primer lugar a la falta de visión de los empresarios y, en segundo, a la carencia de conocimientos técnicos por parte de los periodistas que hoy por hoy les impide hacer un uso adecuado y eficiente de los servicios que ofrece esta herramienta.
- ❖ La falta de capacitación por parte de los propietarios de los medios de comunicación para con los empleados, dificulta que los periodistas en sus rutinas de trabajo realicen un mejor aprovechamiento de los servicios que ofrece Internet, es decir, encontrar la información que se necesita en el menor tiempo posible.
- ❖ Para el caso de “La Prensa Gráfica” y del noticiero “TeleDos”, pese a que sus propietarios y mandos medios aseguran estar concientes del importante aporte que representa Internet para sus empresas informativas, aún no facilitan a sus periodistas un acceso libre a la red, debido a que no se ha invertido en el equipo adecuado.

- ❖ Internet desde ya es considerado no sólo un medio de apoyo sino también de producción en el campo periodístico, lo que significa que las empresas informativas cada vez más dependerán de esta valiosa herramienta de trabajo con la que han comenzado a mejorar en contenido y presentación sus ediciones electrónicas, mediante las cuales también dan a conocer sus noticias a una audiencia heterogénea y en constante crecimiento.
- ❖ Al menos por ahora Internet no representa una amenaza que haga desaparecer las ediciones impresas de los periódicos, ni el trabajo de campo (recabar imágenes e impresiones) en el caso de la televisión, más bien significa un medio alternativo y/o complementario a los métodos convencionales de difusión periodística.
- ❖ Pese al crecimiento extraordinario que ha experimentado Internet en los últimos tiempos, en los que el número de computadoras conectadas a la red se duplica año con año, también es cierto que esta herramienta ha venido a expandir la brecha entre ricos y pobres, es decir, a fortalecer la desigualdad social entre las naciones desarrolladas y las que no lo son, no todas las personas disponen de una computadora conectada a la red.

Conclusiones del grupo en torno a la Investigación

- ❖ Al término de esta investigación el grupo considera que los objetivos trazados en un inicio han sido alcanzados. Es decir, se logró fundamentar el origen de Internet a nivel mundial, su llegada a El Salvador, y sobre todo el uso y aplicación que de tal herramienta realiza la prensa local, de manera particular los cuatro medios que integraron la muestra de estudio.
- ❖ Dada la novedad de Internet y sus imprevisibles perspectivas, se considera que la presente investigación se convertirá en un valioso aporte para la sociedad salvadoreña y de manera particular, para las futuras generaciones de periodistas que tendrán que convivir con las nuevas tecnologías de la era digital en el campo de las comunicaciones.
- ❖ Se espera que este esfuerzo sirva de materia prima para nuevas investigaciones conforme evolucione el fenómeno de Internet, y se diversifiquen sus aplicaciones al campo periodístico.
- ❖ Debe admitirse que no fue propósito de esta investigación cubrir todos los aspectos relacionados con Internet dada su inmensa gama y complejidad, si no más bien, el de presentar una aproximación sobre los cimientos de este nuevo medio o herramienta de trabajo al interior de las empresas informativas de El Salvador.

RECOMENDACIONES

Las recomendaciones ulteriores tienen como propósito lograr un mejor aprovechamiento de las nuevas tecnologías en los medios de prensa, particularmente de las bondades que ofrece Internet al periodismo.

- ◆ Es importante que los propietarios y jefes de las empresas informativas no descuiden la capacitación del recurso humano sobre el uso y aplicación de las nuevas tecnologías, ya que este aspecto resulta determinante en los beneficios económicos y de calidad del producto periodístico que se obtendrían al ser tomado en cuenta.
- ◆ Para el caso de “La Prensa Gráfica” y el noticiero “TeleDos”, la capacitación de los periodistas deberá ir de la mano con la apertura que los empresarios, quienes deben propiciar un acceso ilimitado a las nuevas tecnologías en este caso Internet, a fin de que el personal que tiene a cargo la producción del contenido periodístico haga un uso eficiente de las nuevas herramientas de trabajo, ahora disponibles en la red.
- ◆ Si se desea sobrevivir en el negocio de los productos periodísticos electrónicos, los empresarios de las comunicaciones no deberán escatimar esfuerzos de ningún tipo, ya que de la inversión en tecnología de avanzada, capacitación del

personal, etc. dependerá el éxito o fracaso de sus empresas en los nuevos tiempos.

- ◆ El contenido de las ediciones electrónicas para el caso de los medios objeto de estudio, deberá adaptarse a la nueva forma de hacer periodismo, no basta con reproducir las ediciones tradicionales, es decir, impresas o audiovisuales. Es necesario entrar en concordancia con la interactividad y la nueva retórica multimedia que diferencia a la Internet del resto de los medios de comunicación.
- ◆ Se debe romper con la periodicidad en que se realiza tradicionalmente la actualización de la ediciones electrónicas, resulta inconcebible que la ediciones on line deban esperar 24 horas para renovar su contenido.
- ◆ Las universidades que imparten la carrera de periodismo u otras afines deberán priorizar dentro de sus planes de estudio asignaturas sobre el uso y aplicación de la Internet en el campo periodístico con el objeto de lograr que las futuras generaciones de comunicadores cuenten con los insumos necesarios que les permita desenvolverse en la era del periodismo electrónico.
- ◆ Las nuevas tecnologías de las que se sirve en la practica el periodismo deberá convertirse en una prioridad en el campo investigativo de las universidades que sirven carreras afines a este campo.

FUENTES CONSULTADAS

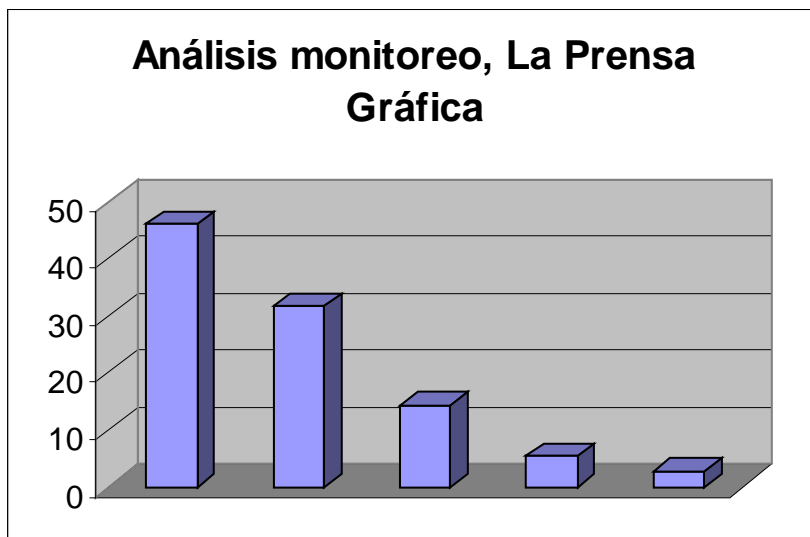
- Anaya, Multimedia, 1995, “La Biblia de Internet”, Madrid Asociación de usuarios de Internet, 1996, “Internet World 96”. Libro de ponencias, Madrid.
- Anderson, 1987, Lindlof, 1987 y 1991.
- Argueta Martínez, Ledys Marleny, (1997), "Conjunto de redes y ruteadores que utilizan el protocolo TCP/IP y que funcionan como una sola gran red". Universidad Politécnica de El Salvador, San Salvador, El Salvador, páginas 28 y 48.
- Armentia, José Ignacio, 1999, “Diseño y periodismo electrónico”, Editorial país Vasco, España, páginas 214 y 227.
- Asociación de usuarios de Internet, 1996, “Internet World 96”. Libro de ponencias, Madrid.
- Contreras Alarcón, José Manuel, 1997, “Internet”, Editorial Paraninfo, Madrid, España.
- Corcuera, Juan Carlos, 1998, “Internet para todos”. Editorial Prensa técnica Madrid, España.
- Echeverría Javier, “Internet y el periodismo electrónico, 1999.
- ED Krol y O. Reilly & Asociados, (1995), Guía y Catálogo "Conéctate al Mundo de Internet", Segunda Edición. Traducción: Hugo Edmundo García, páginas 57 – 60.

- Emy Armañanzas, Javier Díaz Noci y Koldo Meso, (1996), "El Periodismo Electrónico". Primera Edición, Editorial Ariel, S.A., Barcelona, España, páginas 71 – 76.
- Entrevista con Hugo Martínez, encargado de la edición electrónica de “La Prensa Gráfica”.
- Entrevista con Zair López, encargado de la edición electrónica de “El Diario de Hoy”.
- Entrevista con Alexis Díaz, jefe de prensa de el noticiero “Hechos” de Canal 12.
- Entrevista con Alejandro Fonseca, director de el noticiero “TeleDos” de Canal 2.
- Entrevista con Julio Martínez, encargado de la página Web de “TeleDos”.
- Entrevista con Federico Huget, director ejecutivo del CONACYT.
- Fernández – Coca, Antonio, 1998, “Producción y diseño gráfico para la World Wide Web”, Ediciones Paídos Ibérica, S.A.
- Font, Juan Luis, (1999), "La Prensa Latinoamericana en Internet", <http://www.saladeprensa.org/art20.htm>.
- Hernando, Isabel, 1997, “Productos Multimedia y derechos de autor”. San Sebastián, L.C.
- HIPERVINCULO <mailto:soporte@mail.cybermex.net>
- Kerlinger, “Análisis Cualitativos y Cuantitativos”, 1986.
- Kindersley Dorling, (1997), "Internet: Guía para conectarse y navegar", Primera Edición, Ediciones B, S.A., Barcelona, España, páginas 123 y 125.
- Miles y Huberman, 1984, pág. 20.

- Miravalls, Julio, 1997, “Navegar por Internet”, Editorial Espasa Calpe, Madrid, España.
- Ranz Abad, Jesus, 1997, “Breve historia de Internet”. Anaya. Madrid, España.

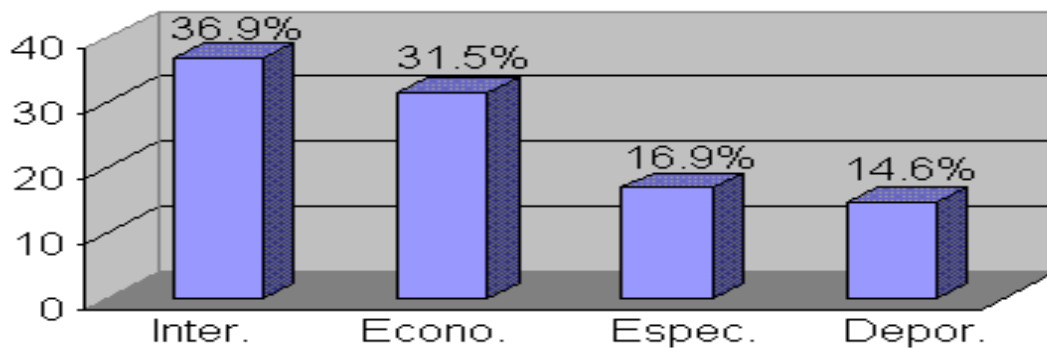
ANEXOS

Grafico 1



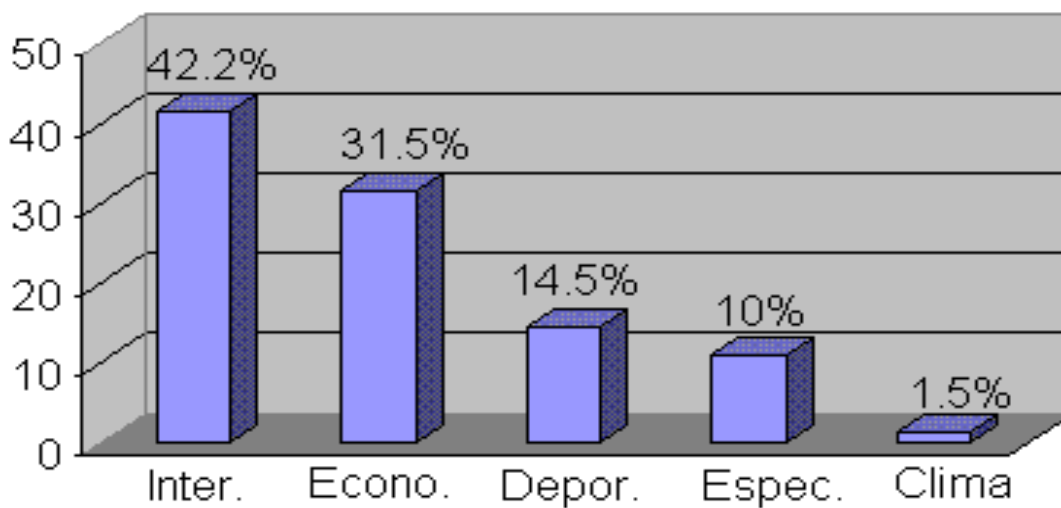
Análisis monitoreo, El Diario de Hoy

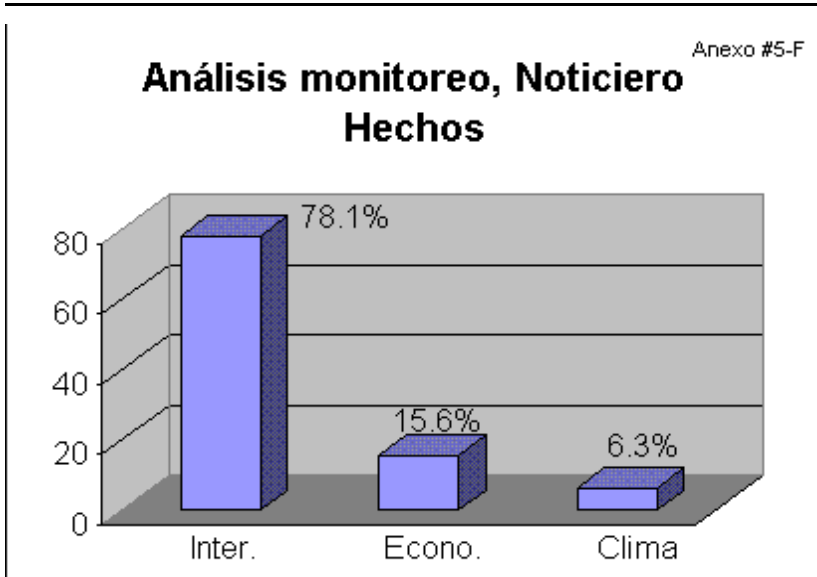
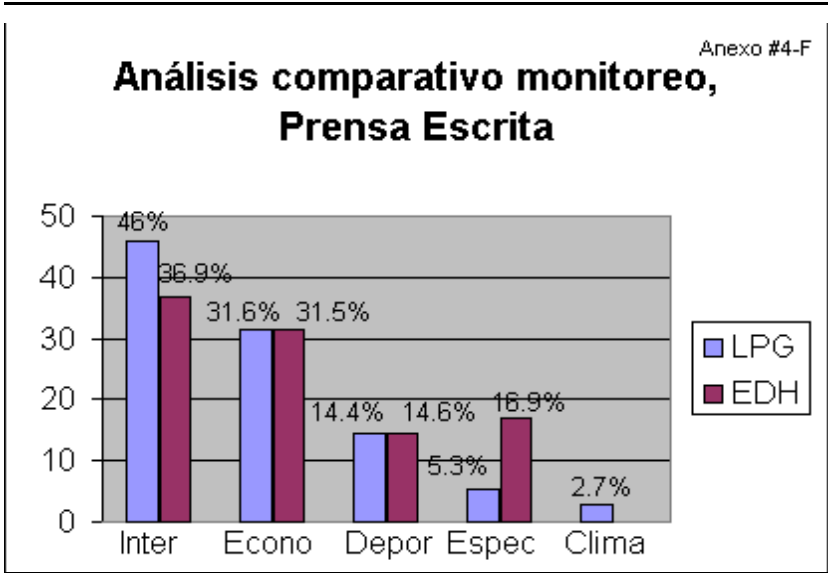
Anexo #2-F



Análisis global monitoreo, Prensa Escrita

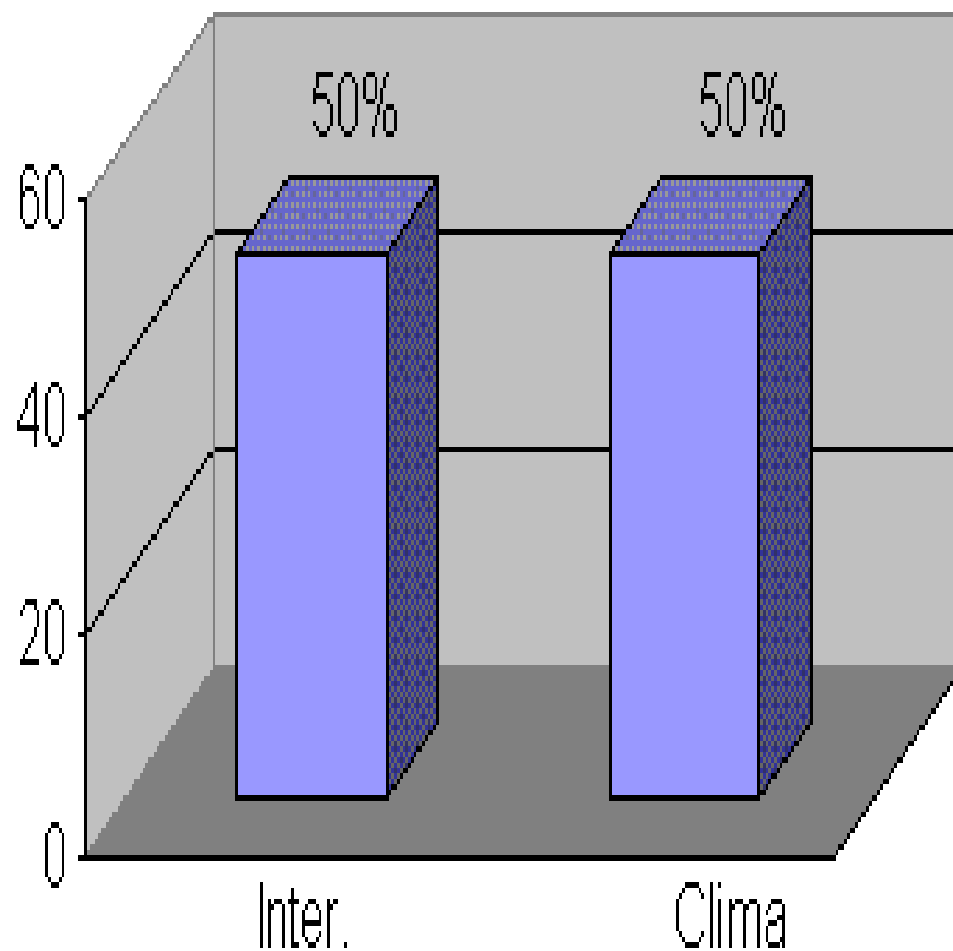
Anexo #3-F



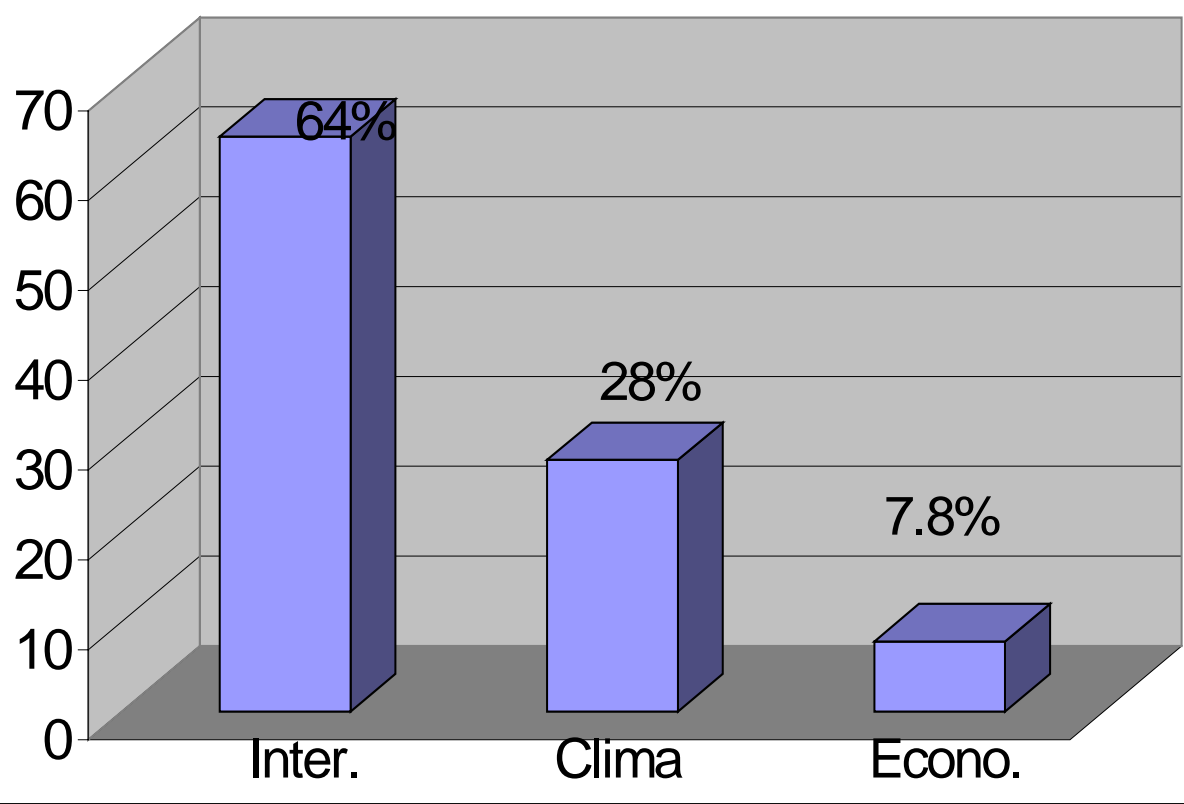


Anexo #6-F

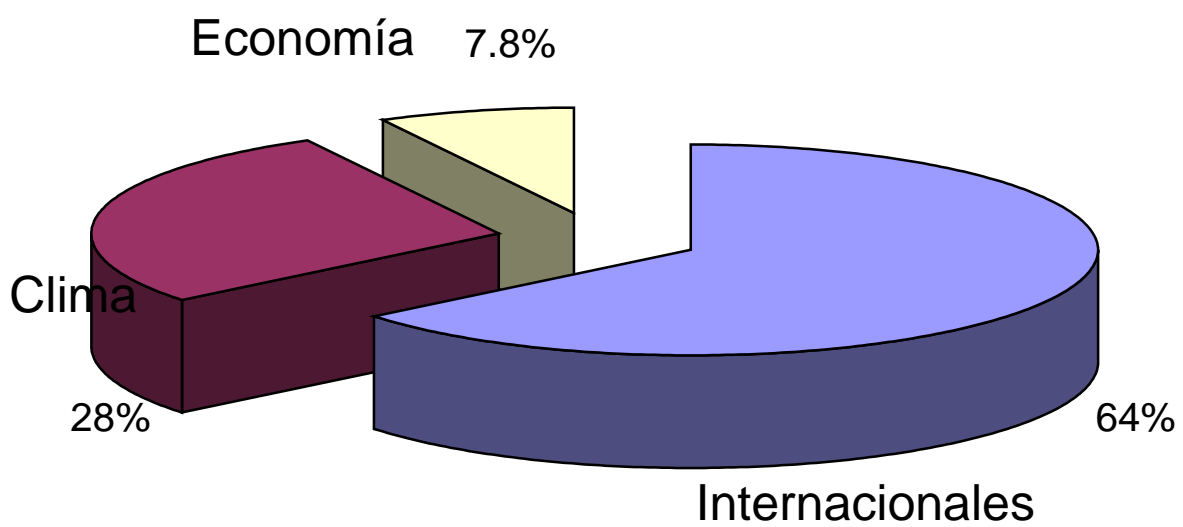
Análisis monitoreo, Noticiero TeleDos



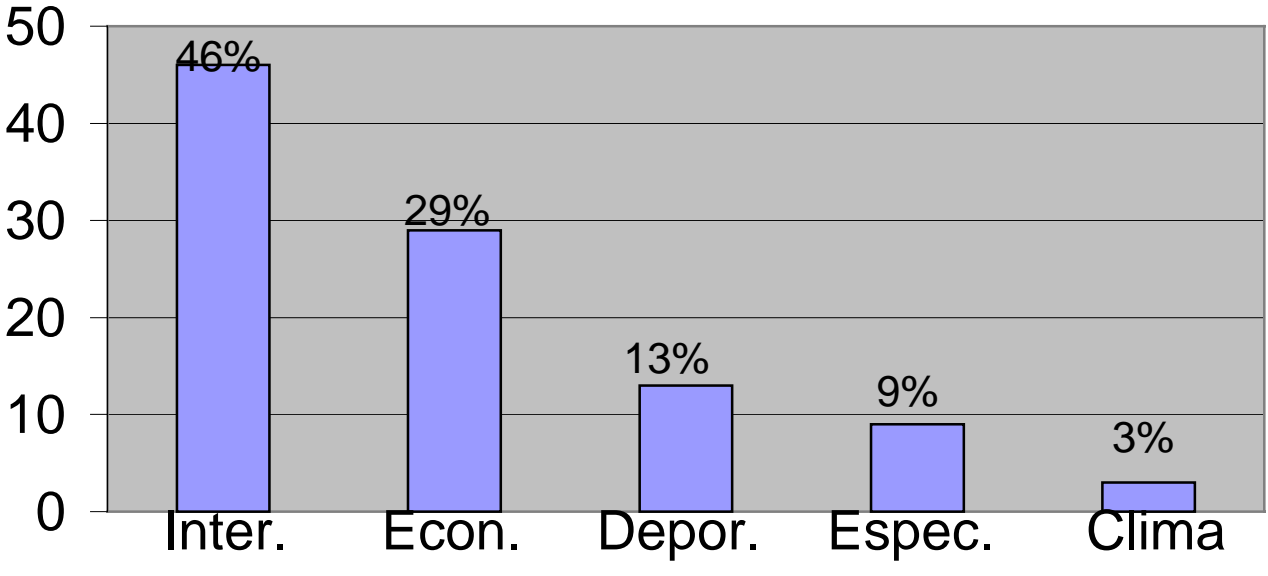
Análisis global monitoreo, prensa televisiva



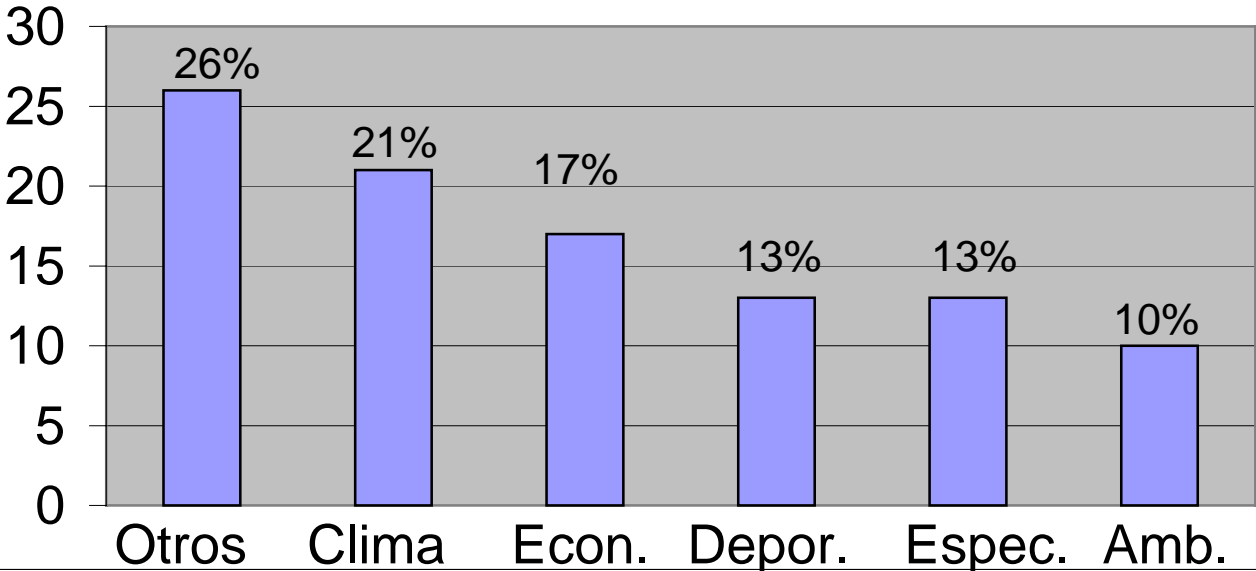
Análisis monitoreo global, medios televisivos



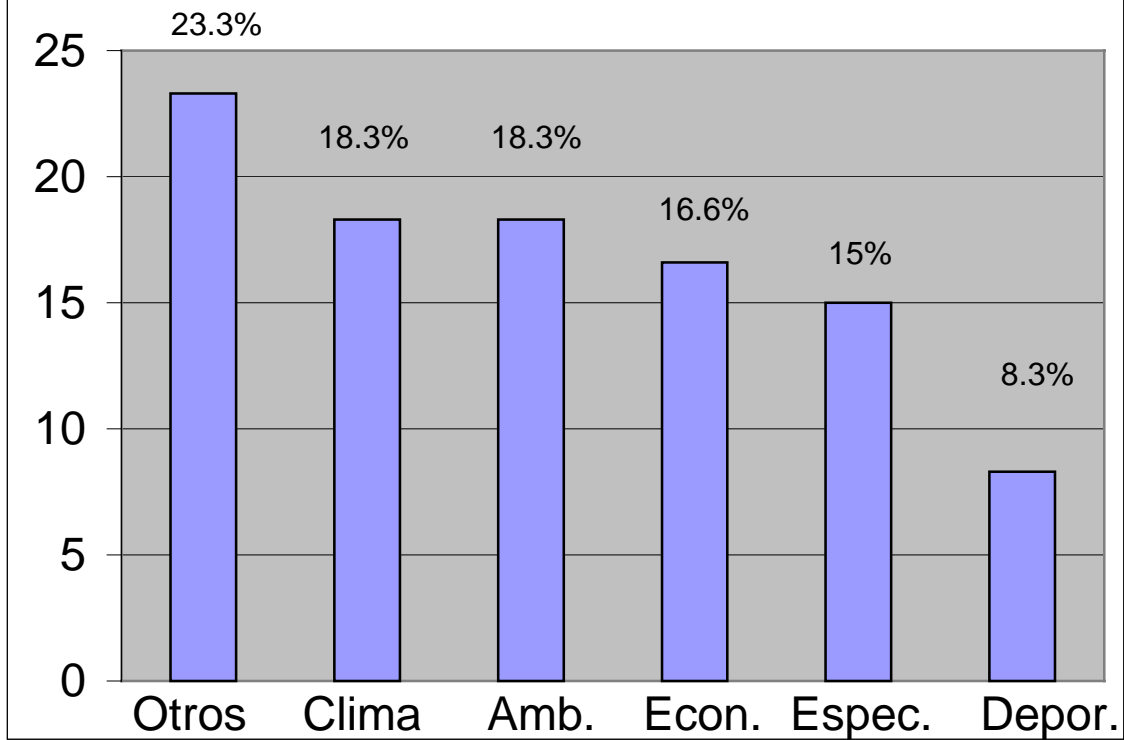
Análisis global monitoreo, medios impresos y televisivos



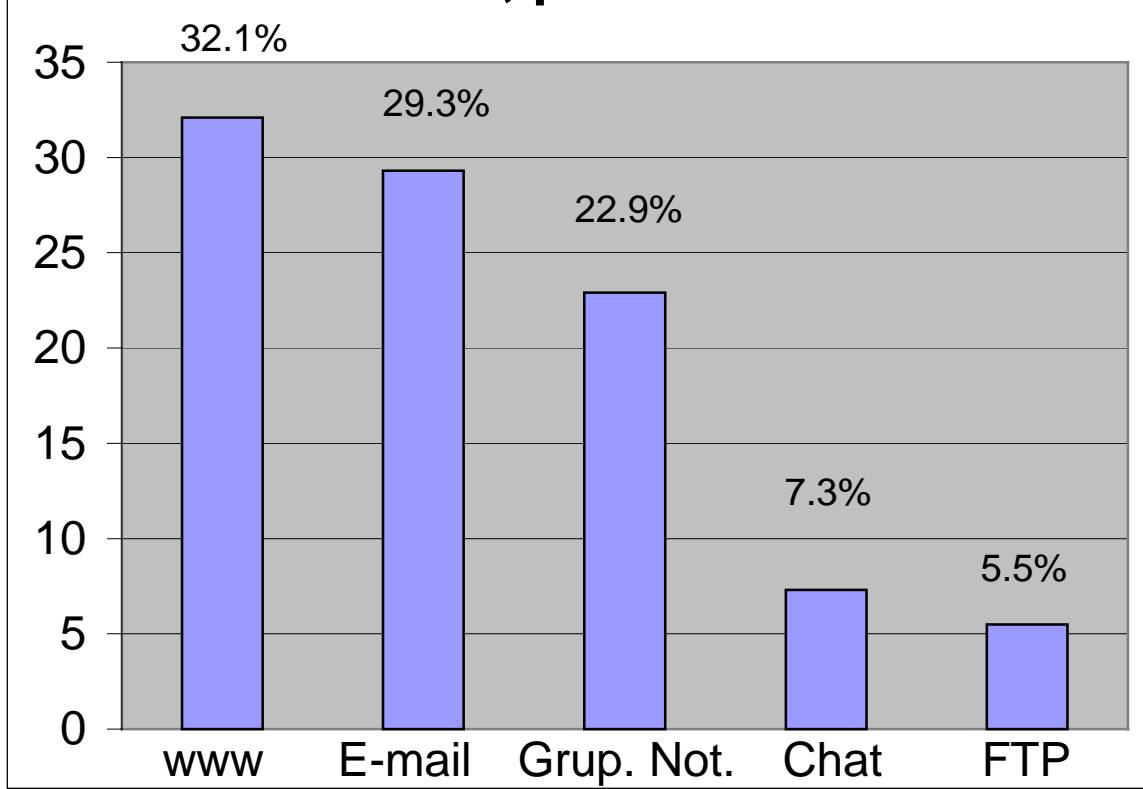
Tipo de información consultada, prensa televisiva



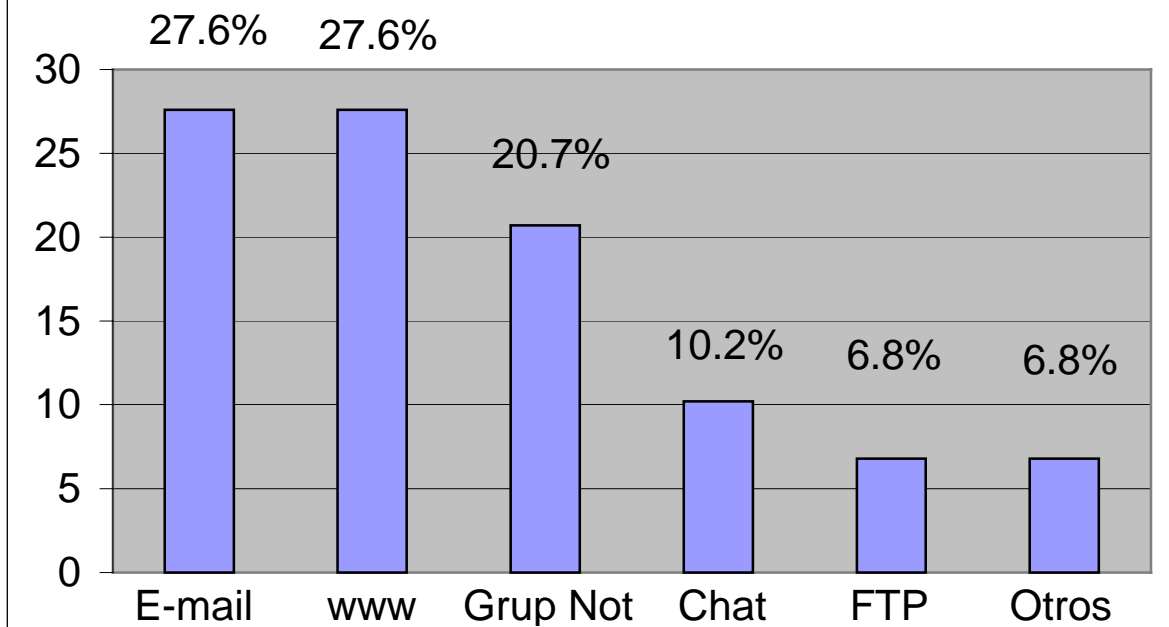
Tipo de información consultada, muestra global

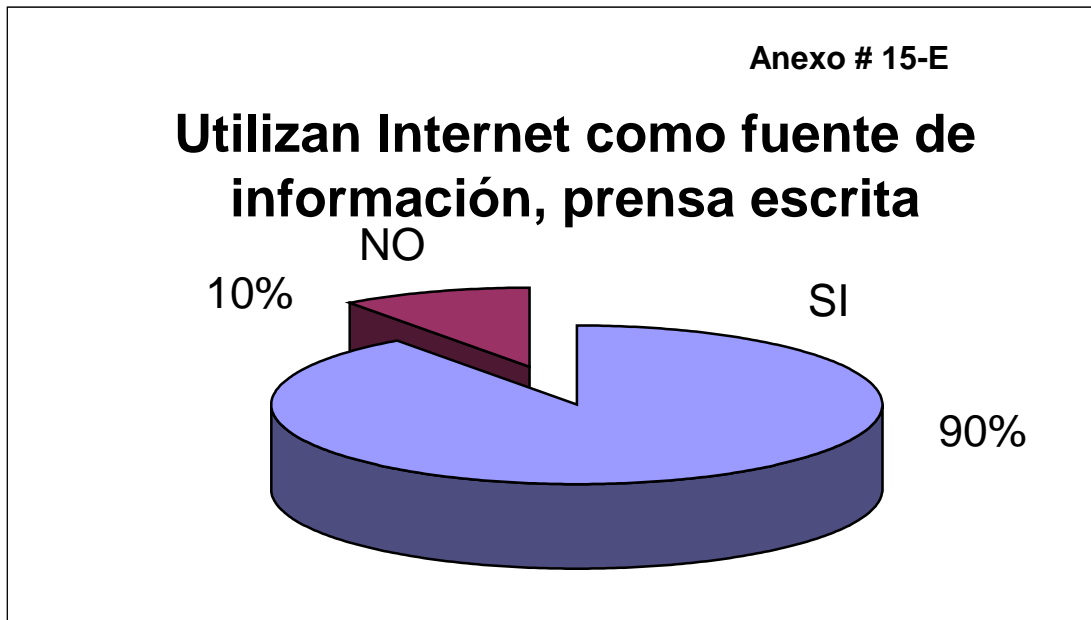
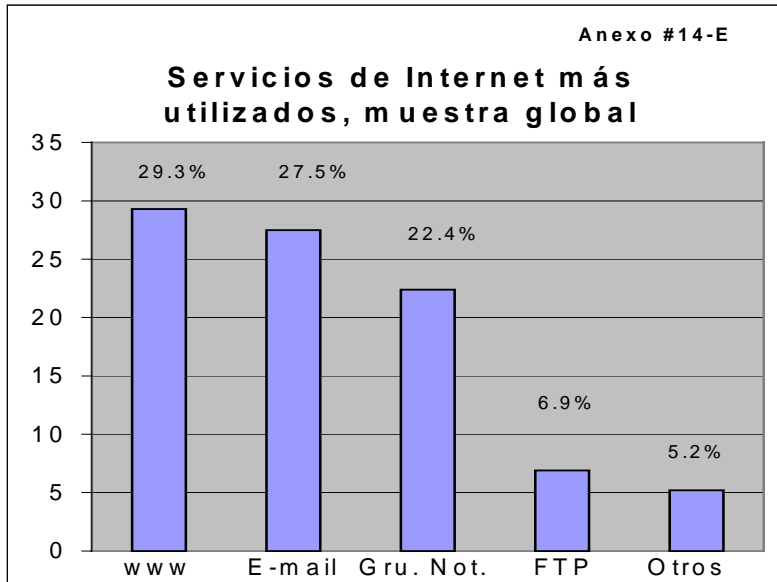


Servicios de Internet más utilizados, prensa escrita

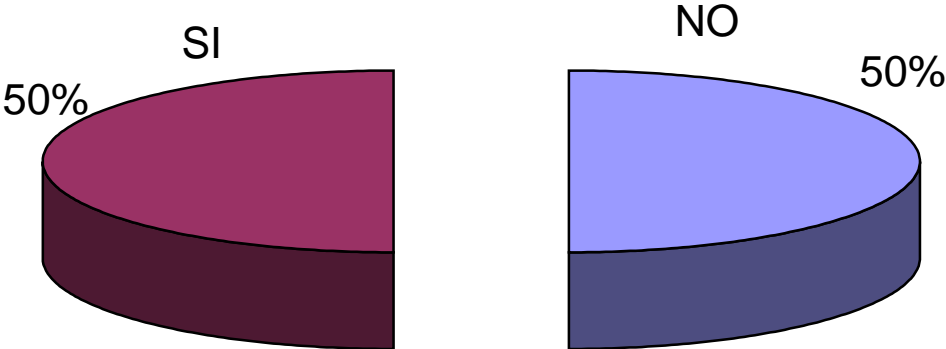


Servicios de Internet más utilizados, prensa televisiva



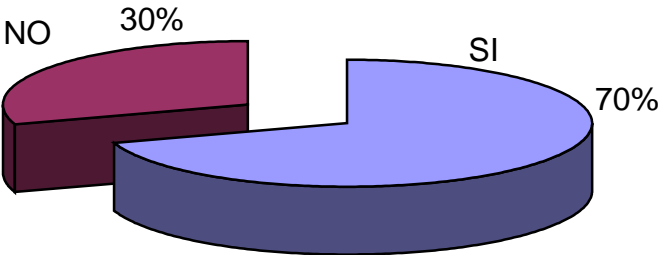


Utilizan Internet como fuente de información, prensa televisiva

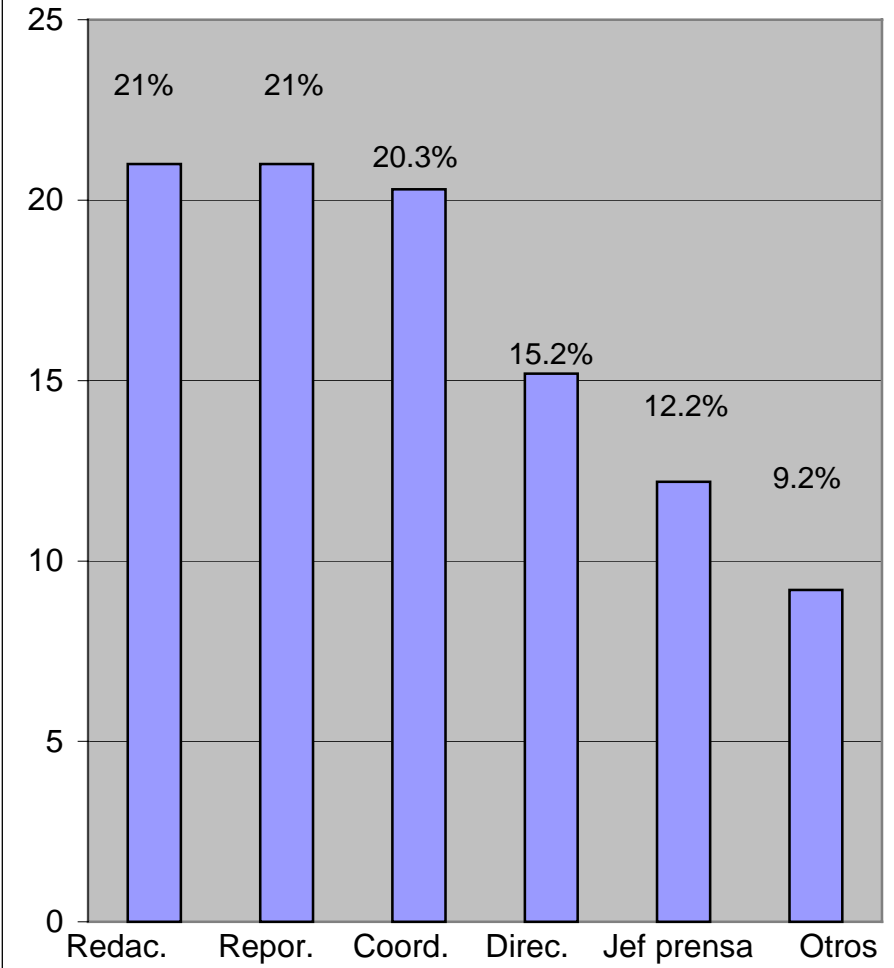


**Utilizan Internet como fuente de información,
muestra global**

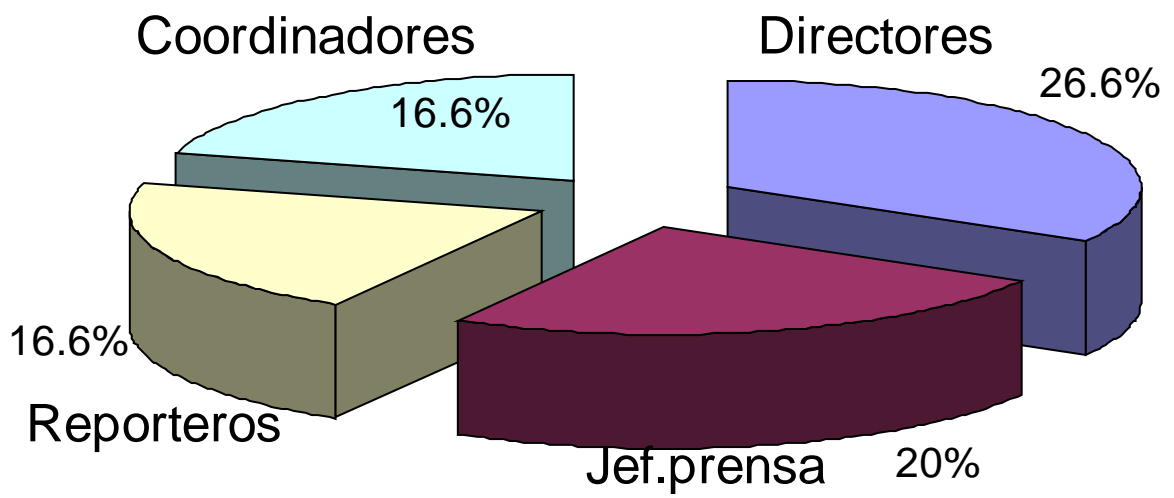
Anexo # 17-E

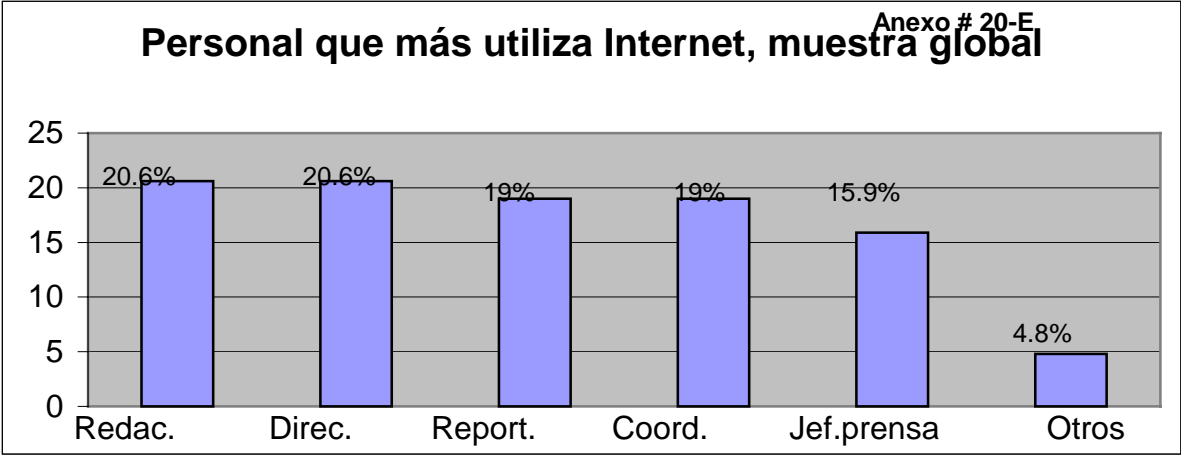


Personal que más utiliza Internet, prensa escrita

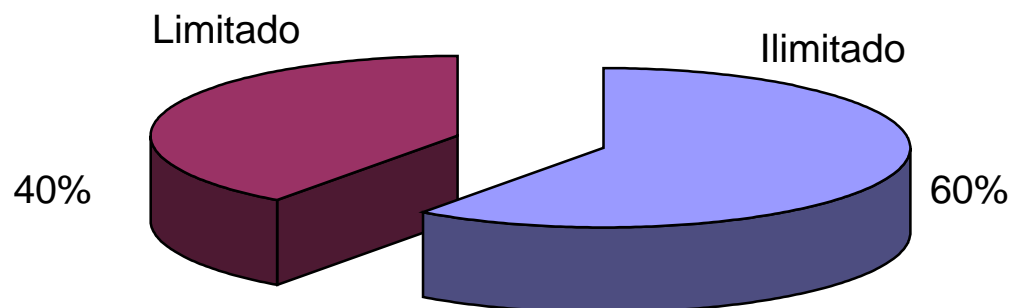


Personal que más utiliza Internet, prensa televisiva

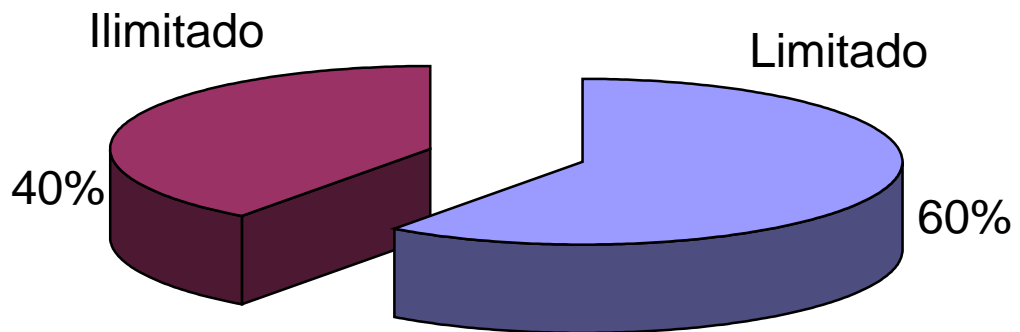




Anexo # 21-E
**Tipo de acceso de los periodistas a Internet,
prensa escrita**

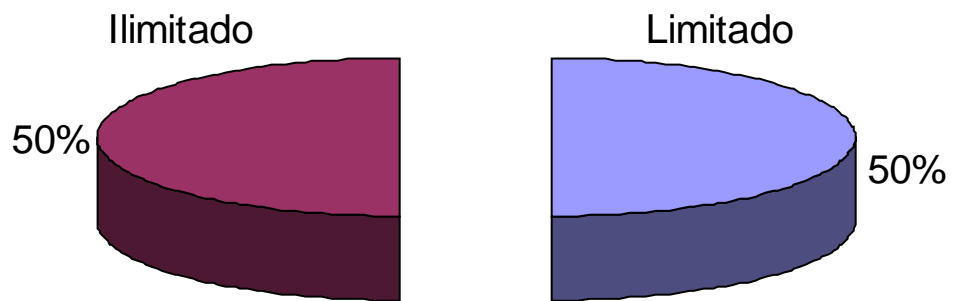


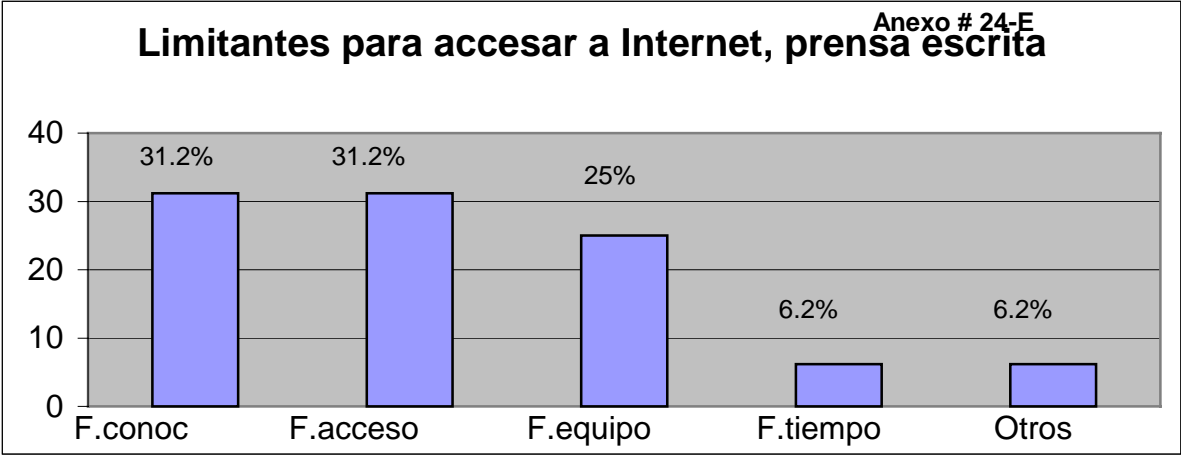
Tipo de acceso de los periodistas a Internet, prensa televisiva



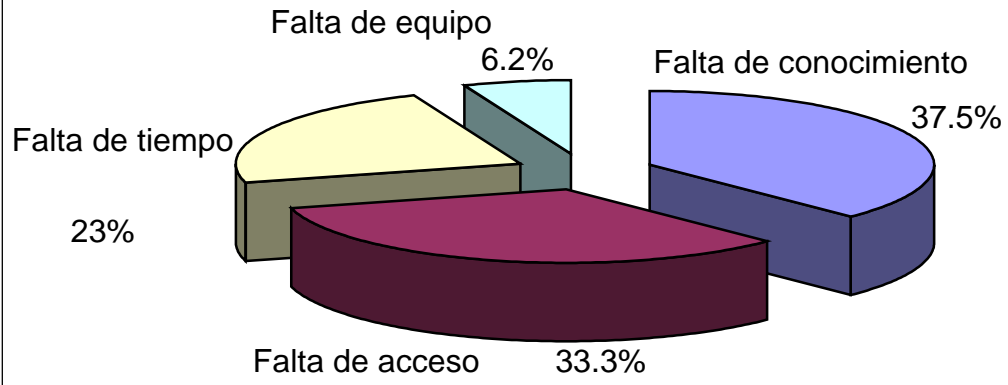
Anexo #23-E

Tipo de acceso de los periodistas a Internet, muestra global

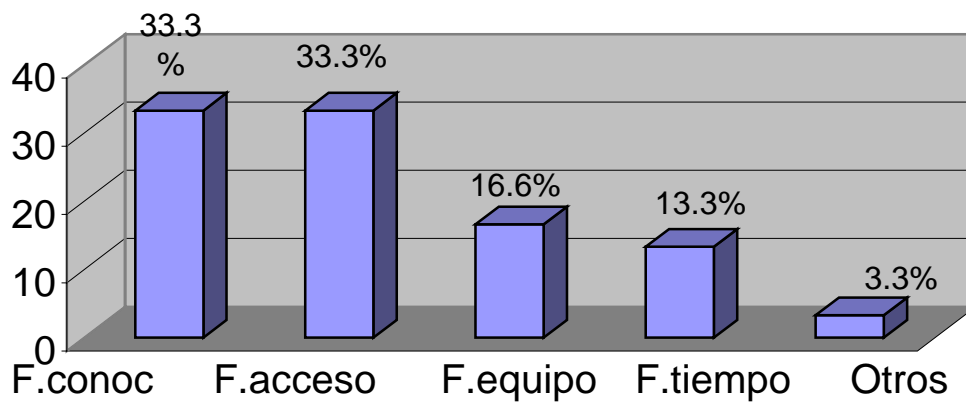




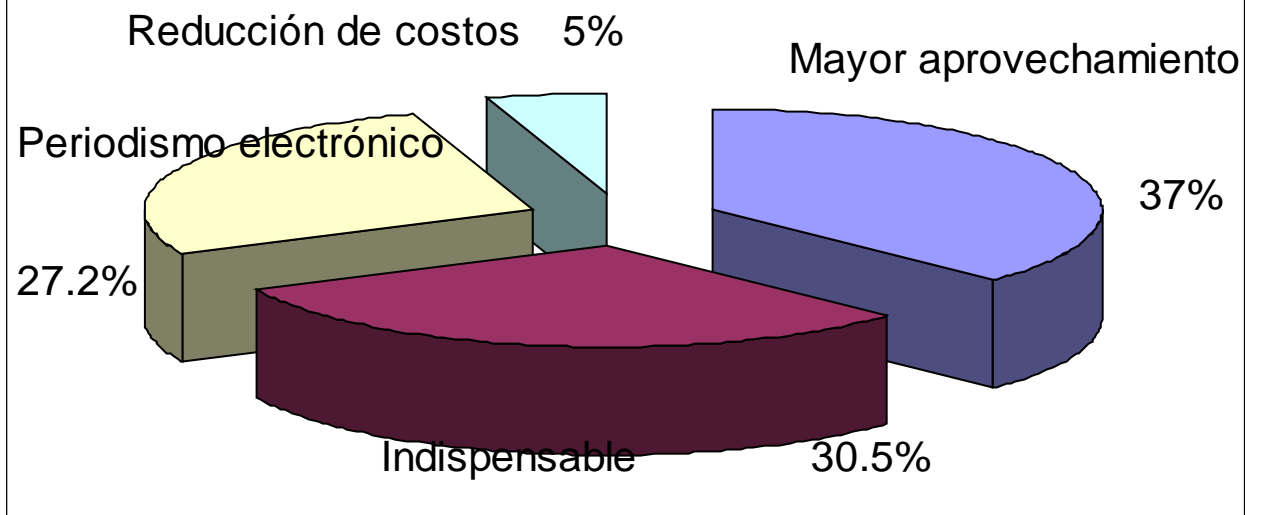
Limitantes para acceder a Internet, prensa televisiva



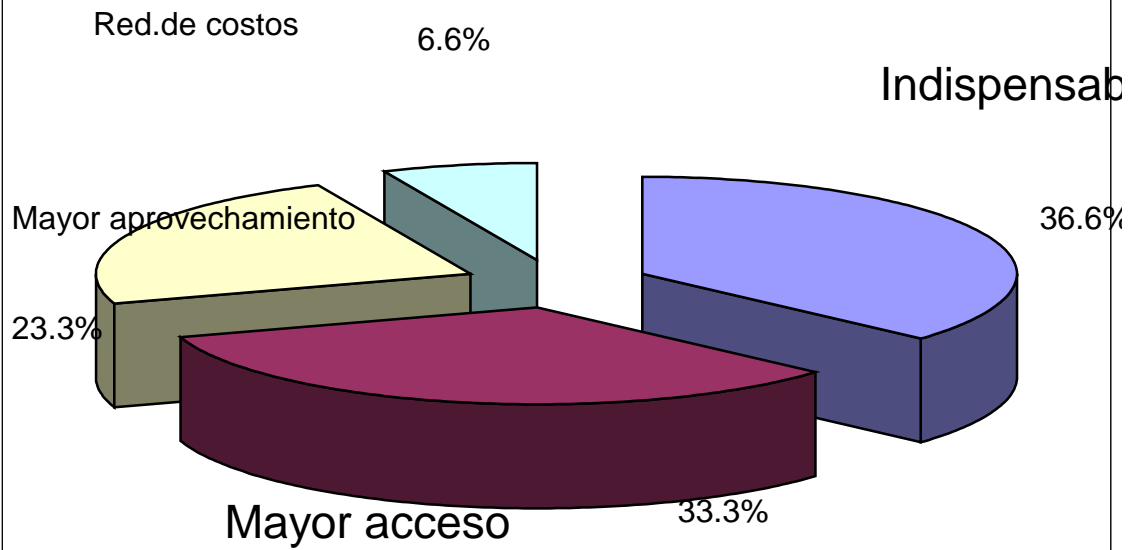
Limitantes para acceder a Internet, muestra global



Perspectivas de Internet en el Periodismo, prensa escrita



Perspectivas de Internet en el Periodismo, muestra global



ENTREVISTA “LA PRENSA GRAFICA”

Hugo Martínez

(Encargado de la edición electrónica)

¿Desde cuándo “La Prensa Gráfica” opta invertir en Internet?

Entre 1993 y 1994, cuando se percibió la necesidad de tener las noticias en la página Web. Internet y más que todo la página Web han evolucionado tanto que se vuelve difícil alcanzar la tecnología por cuestiones de tiempo y dinero que hay que invertir, además del conocimiento tecnológico que debe adquirirse.

En estos momentos se puede decir que hemos estado en un diseño de tercera generación, ya que en Estados Unidos se habla de “diseño líquido”, en este la portada se estira o encoge de acuerdo al monitor que tenga el usuario, también está uno que ya no es con base a columnas o tablas, es el diseño orgánico. “La Prensa Gráfica” siempre ha tenido la lucha por lograr ese tipo de avance, por ello hemos estado en constante capacitación y en lo personal tengo contacto con periódicos de Estados Unidos para observar lo que están haciendo.

Todo este proceso exige dinero, el cual debe ponerlo la empresa, pero que al mismo tiempo debe serle rentable y por ello es que el sitio Web debe comercializarse para sacar dinero con la publicidad.

Para que la publicidad en este medio surja se necesitan elementos tales como base de datos, la inversión en comercio electrónico para que la gente pueda comprar y vender en Internet: entonces podemos decir que en estos momentos estamos en ese cambio, con la afluencia de personas que llegan a un sitio Web se debe pensar en como tener diferentes tipos de BANNERS para el comercio electrónico.

¿Podría llamarse a ésta una transición o era electrónica en materia tanto periodística como de publicidad?

La comunicación de las noticias ha exigido que se desarrolle un diseñador de información, quien a través de su trabajo profesional diseñe la información para que esta pueda ser transmitida por televisión, teléfono, medio impreso, página Web, beeper y otros medios.

Como nosotros estamos en Web yo tengo que usar una metodología diferente a la que utiliza el periódico impreso, las fotos están a otra resolución, la separación de colores es distinta, la presentación de información en un monitor es diferente a la de una página de papel.

¿Cómo se venden los espacios en Internet con respecto a los espacios en el periódico impreso?

Es más caro, en Internet depende del sitio, ese es el truco, que si una persona no encuentra la manera de cómo los usuarios le vayan visitando más el sitio, éste se viene abajo.

¿Cómo se evita eso?

Teniendo una relación estrecha con el usuario, escribiendo a los usuarios a través de Internet, guardando el correo electrónico que estos envían y haciendo publicidad por E-mail.

¿Qué secciones son las que más utilizan Internet?

Las noticias más importantes son las nacionales, deportes y economía.

¿Qué modificaciones sufre la información de la edición electrónica?

Se modifica la estructura de la información en cuanto al diseño. Generalmente se escribe un antetítulo, un titular, un subtítulo, un párrafo explicativo del contenido de la nota y luego la nota en sí.

En Internet se usa una nota corta que tiene todos estos elementos en unos tres párrafos ya que las notas demasiado extensas en Internet no son leídas, la gente se cansa porque la lectura es diferente en un monitor, tiene que ir buscando y bajando con el "mouse".

Además en la nota electrónica no pueden ponerse muchas imágenes, ni infográficos; pueden colocarse 1 ó 2 fotos de manera que no interrumpa el texto, diferente al medio impreso, donde una foto sirve para el descanso visual y dar una pauta al lector.

¿Cuántas noticias diarias van en el sitio Web?

Aproximadamente unas 50 ó 60 notas entre nacionales, internacionales, deportes, departamentos, economía, revista Eco y los clasificados. En la sección de clasificados estamos en pañales, pero lo vamos a mejorar , se está entrenando una persona exclusivamente para que venda, se piensa en una base de datos y en convencer a la gente que se necesita de ese proceso.

Actualmente, en la edición electrónica del periódico no aparecen todos los clasificados que se publican en la Guía Rápida del impreso, pero se planea hacerlo así.

¿Tiene esto un recargo para el anunciante?

No, todo el que ha pagado su anuncio en la edición impresa tiene derecho a anunciarse en Internet, pero esto va a cambiar.

¿Quiénes tienen acceso a Internet?

Únicamente los jefes editores.

¿Porqué los redactores no?

Porque no es necesario, generalmente tienen el día libre para acceder a una computadora y usa Internet sólo como referencia.

ENTREVISTA “EL DIARIO DE HOY”

Zair López

(encargado de la edición electrónica)

“El Diario de Hoy” está en la edición electrónica, aproximadamente, desde 1996. Actualmente el tiraje impreso del periódico es de 115 a 120 mil ejemplares diarios; mientras que la edición electrónica cuenta con 10 a 15 mil visitas por día.

¿Cuál fue la visión empresarial que vieron en Internet?

“El Diario de Hoy” siendo uno de los principales rotativos del país debía mantenerse al día en cuanto a sistemas y procesos tanto a nivel periodístico como a nivel de tecnología, siempre con la visión de ir superando y mejorando lo que ya se tiene.

La página Web de este medio impreso fue una de las primeras que aparecieron en la red en El Salvador. En un inicio la página contenía resúmenes simples de tres o cinco notas y un mensaje del director del periódico.

Esta página por ser una de las primeras, recibe el nombre de EL SALVADOR.COM; dando así a “El Diario de Hoy” la prioridad de ser los primeros en posicionar al país dentro del espacio cibernético.

¿Significó una fuerte inversión para la empresa la implementación de Internet?

Sí, relativamente sí, porque en los inicios la empresa fue quien mantuvo la página. Tanto empleados, como equipo, espacio servidor y conexiones fueron apadrinados por el periódico. Poco a poco la inversión se recuperó con la publicidad transmitida en la página y en la actualidad esta es quien mantiene la edición electrónica.

¿Quiénes fueron los impulsores de implementar Internet dentro de este periódico?

Quienes tuvieron la visión de publicar “El Diario de Hoy” en Internet fueron don Enrique y Fabricio Altamirano, en ese momento pensaron que esta sería una herramienta para el país en el futuro.

¿Hubo influencia de la competencia?

No, en ningún momento. Siempre se penso en superarse como medio sin pensar en lo que hace la competencia. Así en sus inicios “El Diario de Hoy” tuvo por año y medio en un sitio de su página a “La Prensa Gráfica”, lo cual servía para que la gente comparara los contenidos de ambos periódicos.

¿Cuál es el propósito de publicar “El Diario de Hoy” en Internet?

El periodismo tiene que evolucionar y no debe limitarse a un área, ciudad o núcleo de personas. El propósito es mantener informada a la gran población de salvadoreños que emigraron del país acerca del acontecer diario, así como también a toda la gente interesada en conocer lo que sucede en El Salvador.

¿La información publicada en Internet sufre algún tipo de modificación?

Sí, en algunas ocasiones. Normalmente las notas publicadas de manera impresa son exactamente las mismas que van en la página Web de el periódico electrónico; lo que sucede en algunas ocasiones es la modificación de algo erróneo que debe ser corregido ya sea por el editor o algún miembro del equipo de sistemas y comunicaciones.

La especificidad es importante y necesaria dentro de las notas publicadas en Internet; ya que ayuda a ubicar lugares y hacer fácil de entender la información.

¿Quién decide sobre las notas que serán publicadas en Internet?

Los editores de cada sección deciden que notas se publican o no se publican, lo que nosotros hacemos como responsables de la edición electrónica es encargarnos de buscar los medios y formas para obtener la información; es importante destacar que no existe un límite de notas a publicar por secciones

¿Cuáles son los criterios empleados para seleccionar la información a publicarse en la página?

Toda la información es importante, es decir, todo lo que se encuentra en el periódico impreso esta también en la edición electrónica.

¿Cómo se logró llegar a publicar "El Diario de Hoy" en Internet?

Al inicio se publicaban entre 3 y 5 resúmenes de noticias en la página Web. Luego se logró publicar el periódico mejorando los sistemas y procedimientos para tener una conexión directa con el departamento de Redacción.

Hace dos años se actualizan 15 notas diarias, luego se fue mejorando el sistema de recopilación de información con nuevos diseños. En el mes de enero de 1999 se elaboraban de 20 a 25 notas, luego en Febrero se hizo un rediseño y se actualizaron entre 30 y 40.

Actualmente se actualizan de 60 a 70 notas diarias, con un 80% de fotografías, es decir, que cada nota es actualizada con su respectiva foto; esto aparte de las secciones semanales como: Guanaquin, Hablemos, Vértice, Planeta Alternativo, entre otras

¿Se realizó una capacitación sobre Internet?

Lo básico de Internet lo aprendimos solos, entendiéndose como básico aspectos sobre cómo manejar Internet, qué se puede encontrar, cómo encontrar la información en la red. Las técnicas adquiridas se mejoraron con capacitaciones sobre programación, diseño gráfico y tecnológico para el uso de las computadoras y la técnica de actualización de la página Web, las cuales fueron impartidas, únicamente, al equipo encargado de la edición electrónica del periódico publicada en Internet, la cual ha sido complementada con la práctica y el conocimiento diario.

¿Cómo aprendieron los reporteros y redactores?

Dentro de cada sección del periódico hubo quienes aprendieron por sí solos y otros que solicitaron información para que se les enseñara.

¿Existe un acceso ilimitado para los miembros de las diferentes secciones del periódico?

Sí, existe acceso ilimitado para el uso de Internet. Todos los miembros de las diferentes secciones del periódico pueden navegar y bajar información ya sea para uso profesional o personal.

¿Cuáles de las secciones del periódico son las que más dependen de Internet?

Todas las secciones dependen de esta herramienta, ya que por medio de ella se puede tener contacto con los periódicos de todo el mundo así como adquirir información de todo tipo para profundizar en las temáticas abordadas. Los temas que más se apoyan en Internet son: DEPORTES, ECONOMIA, POLITICA y VIDA.

¿A que hora se actualiza la página Web de "El Diario de Hoy"?
Se comienza a recopilar la información desde las 4 de la tarde y se finaliza hasta las 12:00 p.m.

La actualización de esta es de manera gradual, toda la edición se envía hasta que está completa la última nota, este proceso de actualización inicia a las 12:00 p.m. y toma 30 minutos.

¿Ha existido, en alguna ocasión, problemas a la hora de publicar la página Web de "El Diario de Hoy"?

Sí, dentro de todo proceso siempre hay dificultades que pueden provocar un retraso a la hora de la actualización de la página, hasta la fecha únicamente se han tenido problemas técnicos no muy serios que han provocado un retraso pero nunca se ha dejado de publicar la edición electrónica.

¿En que carácter consideran que es elaborada la información?

Nosotros como encargados de la edición electrónica fusionamos lo técnico y lo periodístico. Debemos estar preparados ante cualquier problema del servicio de Internet y solventar desperfectos, o de una nota faltante para elaborarla, ya que somos quienes vemos como llenar el espacio con la información respectiva.

¿Existe completa libertad para trabajar información bajada de Internet?

Para Internet no existe una ley que prohíba la manera en que se trabaja la información que de esta se baja, pero cuando en "El Diario de Hoy" se publica información tomada de la red se ponen los créditos respectivos.

¿Aún se mantienen los contratos de servicio con las agencias internacionales?

Sí, aún se mantienen. Actualmente el periódico cuenta con los servicios de REUTER, AP, NOTIMEX y ACAN – EFE, pero con la llegada de Internet se facilitó el acceso para bajar la información de estas y otras agencias de manera directa e instantánea desde la red.

¿Cuántas computadoras están conectadas a Internet?

De un 80 a 90% de las computadoras del periódico están conectadas a la red, habiendo una computadora por persona, es por ello que la información siempre es fluida dentro de la empresa ya que existe una red interna.

¿Existe alguna restricción de la empresa respecto a la información consultada?

En la empresa no ha existido ningún caso de restricción o sanción, pero es responsabilidad de cada uno el manejar la herramienta. Los periodistas pueden acceder, navegar, consultar y bajar información que consideren.

¿Es rentable Internet para “El Diario de Hoy”?

No. “El Diario de Hoy” no ve el recurso de Internet como algo rentable, sino como una herramienta utilizada para que cualquier persona del mundo que accese a la red sepa que este periódico existe y pueda leerlo.

¿Qué beneficio recibe “El Diario de Hoy” de Internet?

El beneficio más importante de todos es ser más profesionales periodísticamente. Otro, es el de contar con una herramienta que sirve tanto para informar como para recopilar información, además, Internet ha permitido dar a conocer a la gente de la existencia de “El Diario de Hoy” y hasta cierto punto ha permitido una mayor libertad de expresión ya que no existe ningún tipo de restricciones para publicar.

¿Cuál es la perspectiva que tienen sobre Internet?

El periodismo ya no se enmarca, únicamente dentro de un medio impreso o televisivo, ahora surge esta otra rama que es el periodismo electrónico.

En El Salvador, aún no existe periodismo enmarcado dentro del área de Internet, lo que en el país se hace es poner al periodista frente a una computadora y que aprenda viendo, en cambio en países como Costa Rica los estudiantes de comunicaciones son instruidos en programación, diseño de la información y manejo de publicidad en el espacio cibernético.

¿Consideran que "El Diario de Hoy" podría tener una edición electrónica diferente a la del periódico impreso?

Todo depende de las perspectivas y planes que se tengan para la página Web y la edición electrónica del periódico, el hacerlo sería viable y lógico, dado que al estancarse en el camino se pierde un 60% de oportunidades de mejorar en el área periodística.

¿Cuáles son los servicios de Internet más utilizados?

Los servicios de grupos de noticia son los más utilizados, seguido por el correo electrónico y la transferencia de información, el contacto con otros medios, actualizaciones técnicas y gráficas.

¿Cómo han observado el interés de los anunciantes para parecer en la edición electrónica de "El Diario de Hoy"?

El periódico ha evolucionado, tanto en el área periodística como en la tecnológica y en Internet no ha sido la excepción y la gente que visita la página Web lo observa y lo dice.

En un inicio se tuvieron de 3 a 5 mil visitas diarias a nuestra página, ahora se habla de 10 a 12 mil, lo cual es positivo para la empresa y quienes laboran en ella.

ENTREVISTA “NOTICIERO HECHOS”

Alexis Díaz, jefe de Prensa

¿Cómo es que este noticiero se interesa en invertir en Internet?

El sistema de Internet se implementó en el primer trimestre de 1997, con el cambio de propietario del canal, Televisión Azteca vino hace tres años al país y adquirieron el 75% de las acciones y fue así como se impulsaron ciertos cambios enmarcados dentro de la globalización mundial, el medio no se podía quedar atrás, en primer lugar adoptaron el sistema digital, llegando a ser uno de los primeros medios acá en el país en implementar ese sistema en cuanto a transmisión.

Posteriormente, se visualizó que había necesidades en otros campos de tal manera que ellos fueron los impulsores de que se cambiara el sistema a fin de mejorar el trabajo periodístico, ya que es una herramienta básica que en todo medio debería existir porque de lo contrario se corre el riesgo de quedarse atrás en la revolución de los medios periodísticos.

¿Influyó la competencia para que “Hechos” hiciera uso de Internet?

Yo diría que no, tal vez haya incidido pero no directamente, lo que pasa es que TVAZTECA es una cadena y ya tenían el servicio y sabían de la importancia que tenía, de manera que al venir ellos implementaron el cambio independientemente de lo que estuviera haciendo la competencia. Internet es un servicio esencial de comunicación y fue eso lo que ellos valoraron independientemente si los otros medios lo tenían o

¿Se tiene proyectado crear una página electrónica para “Hechos”?

Eso se implementó durante las elecciones, pero tal vez nos hace falta el recurso para que una persona esté metiendo la información a la página. Entonces la página electrónica de “Hechos” está lo que se espera para activarla de nuevo es la estabilidad del Medio para pensar en proyecciones.

¿Qué aportes ha dado Internet a la información presentada en "Hechos"?

Es algo extenso, sirve de apoyo para una amplia gama de informaciones nacionales como internacionales, y es en esta última donde más se usa debido a que recibimos vía satélite el vídeo que necesitamos para apoyarnos en el texto; así que consultamos tanto la imagen de vídeo por satélite como la Internet.

Tenemos dos redactores de internacionales quienes pasan pendientes de la información a bajar de la red y también la gente encargada de la sección de espectáculos.

¿Cómo se presenta el extracto más importante de cada información?

Casi todo se refleja en lo que se saca al aire, lo único que de distinta forma.

¿Cómo considera el servicio de Internet?

La mayoría de los periodistas tienen acceso a Internet, hay aproximadamente 5 computadoras conectadas al sistema donde ellos están consultando personalmente, éste servicio proporciona un apoyo básico en todos los aspectos, sin éste medio no estaríamos al día.

¿Es restringido el uso de Internet para los periodistas?

No, el uso es abierto a pesar de que no todas las computadoras están conectadas a la red, pero ellos tienen acceso a consultar constantemente; el sistema incluso nos permite presentar primicias en información.

¿Los reporteros de "Hechos" han recibido capacitación sobre el uso de Internet?

No, no ha habido una capacitación específica, en la medida de lo posible ellos van aprendiendo a navegar mediante la práctica diaria, algunos saben más que otros y entre ellos se instruyen para poder obtener la información. Es una deficiencia del medio el no haber dado una capacitación a los reporteros, únicamente se instaló el sistema, el cual no ha sido explotado como debería por la falta de capacitación sobre cómo hacerlo y sacarle más provecho.

¿Qué servicios de Internet utilizan?

El correo electrónico, la transferencia de archivos y las conversaciones on – line con otros periodistas.

¿El noticiero "Hechos" aún se encuentra suscrito a las agencias informativas?

Debido a los cambios que ha habido en el medio se han hecho algunos cambios, el noticiero tenía los servicios de vídeo de APTM, CNN y TVAZTECA; pero con la reducción de servicios se prescindió de CNN.

Los servicios de agencias informativas se mantienen con ACAN EFE independientemente de la Internet y tenemos otros apoyos como lo son los cables. Es decir, Internet es un recurso gráfico que nos ha permitido prescindir de algunos otros servicios.

¿Es rentable Internet para el noticiero "Hechos"?

Si, no le podría decir en que medida, tomando en cuenta que no lo utilizamos sólo nosotros como Departamento de Prensa o para el contenido informativo del noticiero, sino que lo utilizan los otros departamentos que existen en el medio. Es rentable en la medida que nos ha permitido prescindir de otros servicios que teníamos y que en Internet se complementan los mismos, y de no serlo ya se hubiera prescindido del sistema pues es una fuerte suma de dinero que se invierte mensualmente para tenerlo.

¿Qué beneficios obtienen de Internet?

La agilidad más que todo pues es lo que necesitamos, buscamos sacarle provecho a la información que encontramos en Internet. Con las horas cierre lo que necesitamos es agilidad y eso nos lo permite éste servicio.

¿Cuál es la perspectiva que tiene de Internet en la prensa salvadoreña?

Yo creo que es una herramienta de la cual no se puede prescindir porque de lo contrario nos quedaríamos un poco aislados de lo que es el mundo exterior, tal vez es la vía más rápida para obtener la información que se

requiere, si nos quedamos sin ella estaríamos un poco rezagados a lo que son los cambios que está experimentando el país en todos los ámbitos y yo creo que los demás medios no pueden prescindir de Internet para valerse de ella y estar al día en lo que es la información.

ENTREVISTA NOTICIERO “TELEDOS”

Sr. Alejandro Fonseca, director de “TeleDos”

¿Qué les llevó a invertir en Internet?

Primero, llevar el liderazgo en la competencia. En televisión nadie contaba con una página Web, porque en un inicio únicamente la prensa escrita tenía su edición electrónica.

A pesar que no se está haciendo la función que debería como televisión en Internet, porque no tenemos vídeo real sino que se hace el papel de un periódico, el noticiero está informando.

La página Web de “TeleDos” está en la carretera de Internet hace aproximadamente dos años. Este canal de la Telecorporación Salvadoreña fue el pionero en publicarse en la red. Las ideas al crear la página fueron retomadas de la edición electrónica de CNN; sin Internet estaríamos “refritos”, porque esta ha venido a sustituir los cables, teletipos y servicios de agencias informativas como REUTERS y ACAN - EFE, por los cuales se pagaba.

¿El que la empresa cuente con Internet requirió de una fuerte inversión, en ese momento se pensó en los beneficios que podrían obtener de este servicio?

Nosotros no recibimos ningún beneficio económico. Aquí en El Salvador no se acostumbra vender publicidad en Internet, algo que en otros países se da, es decir, que la página la mantienen los clientes y además se gana. La membresía para conservar la página de “TeleDos” oscila por los 30 dólares al año, pero para este noticiero el costo invertido es mínimo con relación al prestigio que pueda dar al noticiero la publicación electrónica de las informaciones.

¿Existe en la página Web del noticiero información que no haya sido divulgada en alguna de las emisiones?

Generalmente no, lo que sucede en Internet es que luego que se redacta la nota informativa se hace un resumen que es el que va dentro de la página, la cual se actualiza diariamente a partir de las 7:00 p.m.

¿Cuántas publicaciones mantienen de las emisiones anteriores?
Las emisiones de una semana se encuentran en la sección de ANTERIORES, ya que este es considerado un tiempo prudencial para que una persona interesada en conocer lo que sucede en el país se informe a través de “TeleDos” visitando las ediciones pasadas.

¿Cómo considera y califica el servicio brindado por Internet?
Considero que Internet es básico e indispensable para un medio de comunicación televisivo.

¿Contempla la idea de libre acceso a Internet para los periodistas de este noticiero?
Las personas que utilicen Internet pueden ver toda la información que deseen, ya sea para su trabajo profesional o de interés personal. Esto sería de gran beneficio para la empresa siempre y cuando se haga un uso responsable del servicio.

En cuanto a la manera de acceder a Internet y sobre el uso de este recurso, la empresa podría encargarse de instruir a los periodistas sobre la utilización de esta herramienta.

¿Ha existido algún problema a la hora de publicar la página Web en Internet?
Sí, esto suele ocurrir en algunas ocasiones y se atribuye a fallas en el satélite o al servidor que recibe la información en Estados Unidos, pero por lo general siempre se actualiza la edición electrónica.

¿Existen algunas secciones que utilizan más el recurso de Internet?

Sí, secciones como: internacionales, fotos de satélite, pronóstico sobre el clima, cotización de la moneda y precio del café requieren más del uso de Internet

¿Cómo están actualmente las visitas a la página Web de "TeleDos"?

Se tienen aproximadamente 15 mil visitas mensuales, en comparación con otros medios estamos bastante bien. El 98% de las visitas son de personas que viven en el exterior.

Los periódicos del país están un poco arriba de nosotros, a pesar de que estamos haciendo una función que como televisión no nos corresponde, pues lo que elaboramos es una publicación del resumen de noticias.

¿Cuántas computadoras del noticiero están conectadas a Internet?

Aproximadamente son 8 computadoras las que están en conexión a la red.

¿Cuántas noticias se actualizan diariamente y bajo que criterios se hace?

Las notas que se actualizan son las consideradas más importantes y van de 7 a 8 al día. Las notas llevan todos y cada uno de los elementos que la caracterizan, son presentadas con una fotografía y el texto al lado en forma de bloque de resumen informativo.

Es importante destacar que se toman en cuenta las opiniones del público, las cuales las hacen llegar al noticiero a través del correo electrónico de la sección ESCRIBANOS.

¿Cuál es la perspectiva que "TeleDos" tiene de Internet?

Se contempla la idea de aprovechar al máximo el recurso de Internet, que la media hora de duración del noticiero sea imágenes en movimiento y audio, la fotografía de presentadores y reporteros, con la finalidad de motivar a la gente a que se entere quien está detrás de la noticia y quienes conforman el noticiero.

Esto implica una fuerte inversión pero tiene que hacerse, para entonces se va a trabajar con contratos publicitarios a nivel nacional para solventar los gastos de la empresa.

¿El contenido del noticiero sería modificado al implementar el vídeo real?

Cuando la información aparezca en vídeo lo que se hará es, únicamente, introducir el programa en audio dentro de la red, para que a través de un simple "click" las personas puedan escuchar las notas.

Julio Martínez
(Encargado de página Web de “TeleDos”)

¿Cuáles son los servicios de Internet más utilizados en un noticiero televisivo?

El servicio de correo electrónico, estado del tiempo, noticias de última hora y el acceso a diferentes noticiero más importantes de todo el mundo; para conocer en poco tiempo y de forma más detallada sobre lo que está ocurriendo.

¿Cuál es la perspectiva que usted ve en Internet a corto, mediano y largo plazo?

Esto depende de adonde se quiera llegar. En la actualidad muchos de los servicios que Internet presta son desutilizados, es por eso que a la página Web de los diferentes noticieros televisivos se le deben ir incorporando nuevas secciones de cara a darle a todas las personas la información que deseen.

En el caso particular de “TeleDos” se está pensando en grabar el noticiero para darlo a conocer en un sitio Web de forma interactiva, aunque esto conlleve una fuerte inversión en el pago a la suscripción a la empresa que suministra el servicio; esta aumentaría de 600 colones a 4 mil, aunque esta proyección no permitiría consultar otro tipo de información.

Los costos que conlleva mantener a “TeleDos” su página en Internet podría recuperarse siempre y cuando el personal de Ventas haga uso de su inteligencia a la hora de conformar los paquetes publicitarios, es decir que podrían ofertar los BANNERS de los anunciantes de dicha página, cosa que en la actualidad no se hace.

Este noticiero tiene su sitio Web en Estados Unidos, ya que es una empresa de Miami la que le provee los servicios; de ahí que su dirección sea TELEDOS.COM, contrario a aquellos medios o empresas que lo tienen en El Salvador bajo las siglas SV.

En el caso particular de “TeleDos”, las noticias registradas durante el fin de semana se dan a conocer hasta en horas de la noche del día lunes, prácticamente después que el resto de los medios las han transmitido; lo ideal

sería actualizarla en horas del medio día y nuevamente por la noche para dar a conocer la información de actualidad.

En cambio de martes a viernes son los noticieros televisivos quienes ofrecen información más actualizada respecto a los medios impresos, aunque en ambos existe información de días anteriores. El número de noticias que se actualizan a diario en la página de "TeleDos" está entre 8 y 10, entre ellas la información de última hora.

Uno de los coordinadores digita las notas más importantes que se publicaran en Internet; el encargado de la página revisa la ortografía, realiza las correcciones necesarias, luego se almacenan en un disket del cual posteriormente se extrae para realizar el montaje en la página, copiándose una a una en el formato ya diseñado para el texto; mientras la gente del Departamento de Computación y Producción realiza los videos y la captura de imágenes más importantes de la noticia.

Es importante destacar lo indispensable que es que los periodistas tengan acceso a Internet para poder obtener la información que se requiera al momento de elaborar y actualizar las notas periodísticas.

Federico Huget
(Director Ejecutivo del CONACYT)

¿Cuáles fueron las instituciones que realizaron esfuerzos para que El Salvador accediera a la red Internet?

La OEA y el CONACYT hace 4 años, aproximadamente, articularon esfuerzos y se logró que las primeras instituciones educativas se conectaran a la Internet. Es así como se establece en El Salvador la red SVNNet, que es donde están todas las instituciones que trabajan de forma articulada para hacer un uso más racional y efectivo de lo que es Internet

En la medida en que hay más facilidades de conectarse al exterior con la venida de más empresas que ofrecen conectividad se ha visto incrementado de forma significativa el número de personas e instituciones conectadas a la red; de tal manera que la red SVNNet, pionera de Internet en El Salvador, ahora se comunica con los otros actores que tienen que ver con el tema, pero no está condicionándolos a todos por el incremento de usuarios que es demasiado numeroso y lo dificulta.

¿En que consistió la ayuda brindada por la OEA?

Consistió en un asesoramiento muy calificado y dotación de equipos especializados como enrutadores, de los que se carecía y que fueron distribuidos a tres universidades: la Universidad Don Bosco, Universidad Centroamericana “José Simeón Cañas” (UCA) y la Universidad de El Salvador (UES).

¿Cómo evalúa la expansión de Internet en El Salvador?

Ha crecido paulatinamente, pero de forma segura; creo que en la medida transcurran los años habrá muchas personas utilizando este valioso recurso, por supuesto debe ser un uso racional.

Internet es una herramienta importante en el sector de educación, la investigación, el desarrollo tecnológico y la misma labor de los medios de comunicación.

Cuadro: Preguntas Cerradas

1. ¿Conoce el origen de Internet?

RESPUESTAS	La Prensa Gráfica	El Diario de Hoy	TeleDos	Hechos
	CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION
SI	3 60%	4 80%	4 80%	3 60%
NO	2 40%	1 20%	1 20%	2 40%
TOTAL	5	5	5	5

Cuadro: Preguntas Cerradas

2. ¿Sabe usted qué es Internet?

RESPUESTAS	La Prensa Gráfica	El Diario de Hoy	TeleDos	Hechos
	CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION
SI	5 100%	5 100%	5 100%	5 100%
NO	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
TOTAL	5	5	5	5

Cuadro: Preguntas Cerradas

3. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación sobre Internet y sus servicios?

RESPUESTAS	La Prensa Gráfica	El Diario de Hoy	TeleDos	Hechos
	CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION
SI	2 40%	1 20%	2 40%	0 0%
NO	3 60%	4 80%	3 60%	5 100%
TOTAL	5	5	5	5

Cuadro: Preguntas Cerradas

4. ¿Ha accedido alguna vez a Internet ?

RESPUESTAS	La Prensa Gráfica	El Diario de Hoy	TeleDos	Hechos	TOTAL
	CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION
SI	5 100%	5 100%	5 100%	5 100%	20 100%
NO	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%
TOTAL	5	5	5	5	20

Cuadro: Preguntas Cerradas

7. ¿Ha escrito alguna nota cuya fuente haya sido información bajada de Internet?

RESPUESTAS	La Prensa Gráfica	El Diario de Hoy	TeleDos	Hechos
	CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION
SI	4 80%	5 100%	2 40%	3 60%
NO	1 20%	0 0%	3 60%	2 40%
TOTAL	5	5	5	5

Cuadro: Preguntas Cerradas

9. ¿Tiene acceso ilimitado a Internet?

RESPUESTAS	La Prensa Gráfica	El Diario de Hoy	TeleDos	Hechos
	CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION	CALIFICACION
SI	4 80%	2 40%	4 80%	0 0%
NO	1 20%	3 60%	1 20%	5 100%
TOTAL	5	5	5	5

Preguntas: Opción Múltiple

5. ¿Qué tipo de información ha consultado en la red?

Frecuencia por Sección	LPG	EDH	TELEDOS	HECHOS	TOTAL
Otros	3 16.7%	3 25%	3 21.4%	5 31.2%	14 23.3%
Economía	4 22.2%	1 8.3%	3 21.4%	2 12.5%	10 16.6%
Medioambiente	4 22.2%	4 33.3%	1 7.1%	2 12.5%	11 18.3%
Clima	3 16.7%	2 16.7%	4 28.6%	2 12.5%	11 18.3%
Espectáculos	3 16.7%	2 16.7%	1 7.1%	3 18.7%	9 15%
Deportes	1 5.5%	0 0%	2 14.3%	2 12.5%	5 8.3%
TOTAL	18	12	14	16	60

6. ¿Cuáles de los siguientes servicios utiliza?

Frecuencia por Sección	LPG	EDH	TELEDOS	HECHOS	TOTAL
Correo Electrónico	4 22.2%	4 36.4%	4 28.6%	4 26.6%	16 27.5%
Crupos de Noticias	5 27.8%	2 18.1%	3 21.4%	3 20%	13 22.4%
Transferencias de Archivo	2 11.1%	0 0%	1 7.1%	1 6.6%	4 6.9%
Chat	1 5.6%	1 9.1%	1 7.1%	2 13.3%	5 8.6%
Búsqueda de Información en Internet	5 27.8%	4 36.4%	4 28.6%	4 26.6%	17 29.3%
Otros	1 5.5%	0 0%	1 7.1%	1 6.6%	3 5.2%
TOTAL	18	11	14	15	58

8. ¿Quiénes dentro del medio utilizan los servicios de Internet para la producción periodística?

CATEGORIAS	LPG	EDH	TELEDOS	HECHOS
Reporteros	5 29.4%	2 12.5%	2 13.3%	3 20%
Redactores	4 23.5%	3 18.7%	2 13.3%	4 26.6%
Jefes de Prensa	2 11.8%	2 12.5%	3 20%	3 20%
Directores	2 11.8%	3 18.7%	5 33.3%	3 20%
Coordinadores	3 17.6%	4 25%	3 20%	2 13.3%
Otros	1 5.9%	2 12.5%	0 0%	0 0%
TOTAL	17	16	15	15

10. ¿A cuáles de las siguientes razones atribuye la no utilización de Internet?

Opciones	LPG	EDH	TELEDOS	HECHOS	TOTAL
Falta de conocimiento	3 37.5%	2 25%	2 25%	3 50%	10 33.3%
Equipo Inadecuado	2 25%	2 25%	1 12.5%	0 0%	5 16.6%
Falta de tiempo	1 12.5%	0 0%	1 12.5%	2 33.3%	4 13.3%
Falta de Acceso	2 25%	3 37.5%	4 50%	1 16.6%	10 33.3%
Otros	0 0%	1 12.5%	0 0%	0 0%	1 3.3%
TOTAL	8	8	8	6	30

11. ¿Qué perspectiva tiene Internet en el campo periodístico, desde su punto de vista?

CATEGORIAS	LPG	EDH	TELEDOS	HECHOS
Mayor acceso	4 44.4%	3 30%	2 40%	1 16.6%
Indispensable	1 11.1%	5 50%	3 60%	2 33.3%
Reducción de costos	0 0%	1 10%	0 0%	1 16.6%
Beneficios	4 44.4%	1 10%	0 0%	2 33.3%
TOTAL	9	10	5	6

Cuadro: Monitoreo Diario por medio

La Prensa Gráfica
del 3 al 7 de Enero del 2000

Fecha: Semana

Frecuencia por sección	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	TOTAL
Economía	9	27	8	7	8	59 31.5%
Internacionales	22	10	11	28	15	86 46%
Clima	1	1	1	1	1	5 2.8%
Espectáculos	1	4	2	2	1	10 5.3%
Deportes	7	1	4	8	7	27 14.4%
TOTAL	40	43	26	46	32	187

Cuadro: Monitoreo Diario por medio

El Diario de Hoy
Enero del 2000

Fecha: Semana del al 14 de

Frecuencia por sección	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	TOTAL
Economía	7	3	14	12	5	41 31.5%
Internacionales	10	6	14	13	5	48 36.9%
Clima	0	0	0	0	0	0 0%
Espectáculos	5	5	4	4	4	22 16.9%
Deportes	0	3	3	6	7	19 14.6%
TOTAL	22	17	35	35	21	130

Cuadro: Monitoreo Diario por medio

Noticiero “Hechos”
21 de Enero del 2000

Fecha: Semana de 17 al

Frecuencia por sección	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	
Economía	0	1	4	0	0	5
Internacionales	5	5	5	5	5	25
Clima	0	0	1	1	0	2
Espectáculos	0	0	0	0	0	0
Deportes	0	0	0	0	0	0
TOTAL	5	6	10	6	5	32

Cuadro: Monitoreo Diario por medio

Noticiero “TeleDos”
28 de Enero del 2000

Fecha: Semana del 24 al

Frecuencia por sección	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES
Economía	0	0	0	0	0
Internacionales	0	0	5	0	0
Clima	1	1	1	1	1
Espectáculos	0	0	0	0	0
Deportes	0	0	0	0	0
TOTAL	1	1	6	1	1

