

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

TÉCNICO EN PERIODISMO



TEMA:

LA PARTICIPACIÓN DE LOS LECTORES EN LOS MEDIOS DIGITALES
SALVADOREÑOS Y SU INCIDENCIA EN LA AGENDA MEDIÁTICA.

NOMBRE DE LOS GRADUADOS:

CHRISTIAN EDUARDO CÁCERES PALMA

ERIKA LILIANA ZÚNIGA MORALES

SANDRA ESTHELA GUTIÉRREZ JIMÉNEZ

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN PERIODISMO

SEPTIEMBRE, 2015

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

PÁGINA DE AUTORIDADES

ING. NELSON ZARATE SÁNCHEZ

RECTOR

ING. JOSÉ MODESTO VENTURA

VICERRECTOR ACADÉMICO

LICDA. ARELY VILLALTA DE PARADA

DECANA

JURADO EXAMINADOR

RENÉ ALFREDO SANTOS

PRESIDENTE

VÍCTOR HUGO DUEÑAS ALFARO

PRIMER VOCAL

ANTONIO HERRERA PALACIOS

SEGUNDO VOCAL

SEPTIEMBRE, 2015

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTRO AMÉRICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:
Lic. René Alfredo Santos, Lic. Antonio Herrera Palacios, Lic. Víctor Hugo Dueñas,
a las 7:00p.m. del día Miércoles, 24 de junio de dos mil quince.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

- | | |
|--|----------------------------|
| 1- <u>Christian Eduardo Cáceres Palma</u> | <u>Carnet 36-1643-2012</u> |
| 2- <u>Sandra Esthela Gutiérrez Jiménez</u> | <u>Carnet 36-2929-2012</u> |
| 3- <u>Erika Liliana Zúniga Morales</u> | <u>Carnet 36-4596-2009</u> |

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:

"La participación de los lectores en los medios digitales Salvadoreños y su incidencia en la agenda mediática"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

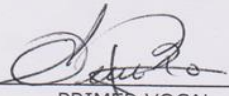
TECNICO EN PERIODISMO

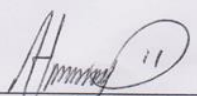
Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO, POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

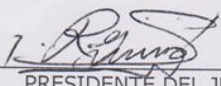
Aprobado

YA QUE CUMPLE CON LOS REQUISITOS ESTABLECIDOS EN EL REGLAMENTO DE GRADUACION DE LA UNIVERSIDAD.

San Salvador, 24 de junio de dos mil quince.

F. 
PRIMER VOCAL
Lic. Víctor Hugo Dueñas

F. 
SEGUNDO VOCAL
Lic. Antonio Herrera Palacios

F. 
PRESIDENTE DEL JURADO
Lic. René Alfredo Santos

Agradecimiento

Un ciclo de nuestras vidas ha culminado en el que queda marcado cada una de las experiencias como profesionales de las comunicaciones. Sin duda un camino arduo en el que sabíamos que en conjunto con ese olor a pañales de un bachillerato; no era fácil, pero que con la ayuda de Dios todo es posible.

Hoy en día podemos decir que ha valido el esfuerzo y esta lucha, pese a los obstáculos que se han tenido a lo largo de nuestra formación profesional, pero que con perseverancia, tenacidad y dedicación se ha alcanzado grandes logros como es la finalización de nuestros estudios así como el del proceso de grado.

Que más regalo estar hoy junto en pensamiento con ustedes, quienes evaluarán nuestro trabajo de graduación luego de habernos previamente preparado en aquellas aulas. En donde muchas veces nos exhortaron, llamaron la atención y amonestaron por las faltas cometidas, parece haber sido ayer lo sucedido, pero no; hoy estamos aquí viéndonos en otro ángulo. Ya que estos jóvenes es el fruto de lo que ustedes forjaron.

Por lo que en esta oportunidad les agradecemos todo lo que hicieron por nosotros, ese granito de arena puesto en nuestras cabezas del conocimiento de lo que es la vida, las enseñanzas y los retos que encontraremos en nuestro ámbito profesional en ese inmenso sendero del campo laboral.

A nuestros docentes, tanto a los que tuvimos la oportunidad de llevar una materia con ellos así como los que no, les expresamos nuestro más sincera admiración, cariño y amistad que será llevada en nuestros corazones. Hasta un día en la que nos toque partir de esta tierra, siendo protagonistas de todo lo bueno que se dejara para nuestras futuras generaciones.

Ante nuestros agradecimientos solo nos queda ponernos igual que siempre en las manos de Dios ante esta defensa y prueba que tenemos que superar como mayor objetivo, sintiendo en lo más sutil de nuestros corazones que ya salimos victoriosos, porque los hijos de Dios jamás quedaremos avergonzados.

Atentamente. Christian Cáceres

Agradecimientos

Gracias a Dios por permitirme llegar a este momento, he pasado de todo tipo de experiencias, barreras que fueron siendo superadas con la ayuda de Dios y con la implacable claridad que había que superarlas y escalar peldaño a peldaño en la vida académica y profesional.

Ahora se cierra el primer capítulo de mi vida académica, sin duda espero seguir superando barreras y obtener nuevas conquistas más conocimiento junto a más títulos, ya que este pequeño y bello país pide a gritos profesionales capaces, cociente con la realidad y comprometidos en aportar al desarrollo económico, social y productivo del país, debemos de ser profesionales con una alta calidad humana dispuesto siempre a servir.

Gracias a mis padres , hermanos por estar siempre allí dispuesto ayudar, por acuerparme, por su ánimos, porque me enseñaron y me mostraron el camino de humildad, sinceridad , el servicio, con actitud positiva lo que me permitió orientarme en mi vida académica .

Pase momentos difíciles en la Universidad, mis llegadas tardes, constantemente corriendo en los pasillos porque siempre estaba con el tiempo corto. Algunos dirán que difícil trabajar y estudiar, y la verdad nada fácil, pero es lo mejor que me ha pasado, mi formación académica y formación profesional me han hecho ganar mucha experiencia, muchos amigos.

En las notas quizá no la mejor y los mejores alumnos no siempre son los de mayor calificación en un examen, siempre considere que un examen no define tu conocimiento, sin embargo, es el método. Se puede decir que aunque mis notas no son excelentes todo lo que me enseñaron lo aprendí muy bien, me siento una profesional muy capaz por lo que agradezco a cada uno de los catedrático por su enseñanza, paciencia y comprensión.

Luchemos por nuestros sueños y metas, no hay imposibles!

Atentamente, Erika Zúniga

Agradecimiento

Una de mis metas más esperadas ha culminado, una que con mucho esfuerzo y sacrificio he logrado gracias a Dios y al apoyo de mi familia, de la que puedo decir valió la pena todo lo que hice y tuve que pasar, sabiendo que no fue fácil, ya que todo en esta vida tiene obstáculos por superar pero como bien dice el dicho "el que persevera alcanza" y gracias al empeño y dedicación hoy puedo cumplir con este logro personal.

Ahora me siento agradecida con los docentes que a lo largo de esta carrera compartieron sus conocimientos, experiencias propias y que ahora comprendo cuán importante son para mí desarrollo personal y profesional.

Con cada uno de ellos me siento agradecida por depositar su confianza, amistad y dedicación que tuvieron hacia mí, hoy puedo decirles que finalizo muy satisfecha por todo lo que me enseñaron para desenvolverme en lo laboral profesional.

Y de manera especial quiero agradecerle al Lic. Antonio Herrera que decidió por seleccionar nuestro grupo para ser nuestro asesor durante toda la elaboración de la tesis, cabe mencionar que fue de muchísima ayuda las correcciones, ejemplos, opiniones, sugerencias y consejos para que nosotros finalizáramos con este trabajo de graduación, mil gracias por el tiempo dedicado hacia nosotros estamos agradecidos de gran manera.

Quiero finalizar diciendo que me siento muy orgullosa por lograr finalizar con este gran reto que a la vez era uno de mis grandes ansiosos deseos por cumplir, el camino para cumplirlo fue por momentos difícil pero a la vez también fueron momentos muy buenos los que experimente.

En esta vida todos somos capaces de lograr lo que nos proponemos, porque cuando hay voluntad todo es posible y con la ayuda de Dios no hay nada imposible.

Bendiciones!

Atentamente: Sandra Esthela Gutiérrez Jiménez

Índice General

Contenido

Introducción	i
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1 Formulación del problema.....	1
1.2 Justificación	3
1.3 Enunciado del problema	4
1.4 Delimitación	5
1.5 Objetivos	5
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	
2.1 Marco Histórico	7
2.2 El periodismo tradicional y periodismo digital.....	7
2.3 La participación de los lectores en los medios tradicionales.....	9
2.4 Participación de los lectores en medios digitales.....	10
2.5 La agenda mediática.....	15
2.6 La incidencia de los lectores en la agenda mediática.....	16
2.7 El surgimiento de los medios digitales	16
2.8 Características de los medios digitales salvadoreños.....	20
2.9 Las redes sociales en el periodismo	34
2.10 El surgimiento e historia de Diario1.com	34
2.11 Surgimiento e historia de DiarioColatino.com	36

2.12 Marco Conceptual	40
CAPITULO III INVESTIGACION DE CAMPO	
3.1 Método.....	42
3.2 Sujeto de Estudio	43
3.3 Presentación de resultados.....	44
3.4 Graficas.....	59
3.5 Cuadro de monitoreo	63
3.6 Las redes sociales	80
CAPITULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
4.1 Conclusiones.....	83
4.2 Recomendaciones.....	85
Referencia Bibliográficas.....	87
Anexo.....	89

Introducción

El presente trabajo va dirigido al lector que ha evolucionado junto al acontecimiento tecnológico como es el internet, apegándose a las nuevas formas de informarse a través de diferentes espacios de comunicación, como periódicos digitales, que ha permitido que la población se mantenga más informada del acontecer nacional e internacional de manera más rápida, precisa y confiable.

Esto ha permitido una mayor interacción entre redactor y lector, generando así una mayor participación a través de sus comentarios en las diferentes noticias que el medio difunde en su sitio web.

Así como conocer más de cerca la audiencia que demanda información, su incidencia en la agenda mediática y estructuración de los temas que abordan diariamente estos medios digitales.

Por lo tanto surgió el interés de investigar este tema en la que se concluyó con importantes avances, así como descubrimientos que abonarán a la consulta de este documento para la formación académica de futuros estudiantes de las ciencias sociales en el rubro específico de las comunicaciones.

Capítulo I Planteamiento del Problema

1.1 Formulación del problema

Durante décadas los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa y televisión) mantuvieron su hegemonía como los únicos con posibilidad de informar a las grandes audiencias y con una limitada participación por parte de sus receptores o audiencias.

A partir del desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y particularmente de la internet, esta realidad ha ido cambiando y el lector ha evolucionado junto a los medios de comunicación.

Para informarse de manera inmediata lo hace, además de los medios masivos, a través de periódicos digitales, lo cual permite una mayor interacción entre medio y lector, lo que incide de alguna manera en la agenda mediática.

Los usuarios de la red dejan de ser receptores pasivos de la información que generan los medios y se convierten en actores activos, en algunos casos con su activa participación forman parte los medios, o creando en la red sus propios micro medios, como los blogs, foros y otros.

A través de sus plataformas digitales los periódicos informan de manera más rápida a todo el que está atrás de un ordenador, teléfono inteligente o cualquier otro aparato que le permita acceder al internet.

Como se dijo antes, se debe destacar que el lector ha pasado de ser un referente pasivo a un agente activo, ya que en un pasado sus comentarios u opiniones que escribía al medio tenían que esperar días, semanas para tener una respuesta del medio y en el mejor de los casos que se publicara.

Ante este auge digital, los medios se vieron obligados a crear un espacio para el lector con la finalidad de darle voz a la audiencia, a tal grado de convertirse en espacios donde éstos pudiesen dar sus opiniones a partir de los hechos informativos presentados.

En pocas palabras el lector de hoy se ha convertido en un colaborador de los medios de información, a los que algunos llaman periodistas ciudadanos, título que todavía no acaban de reconocer los periodistas académicos, pese a que su audiencia puede llegar a marcar incidencia en la agenda del medio.

Lo anterior se ve marcado ante la posibilidad de que los usuarios pueden crear un sitio web, blogs o cuentas en las redes sociales para dar a conocer o publicar datos u hechos que el medio de comunicación le negó.

Por lo antes expuesto, se hace necesario investigar de qué manera la participación de los lectores en los medios de comunicación están incidiendo en la agenda mediática.

La cobertura de ciertas temáticas que impactan con mayor énfasis a la ciudadanía y así tener una mayor participación en los contenidos publicados por los medios.

1.2 Justificación

Actualmente existe poca información sistematizada sobre la participación de los usuarios en los periódicos digitales y la forma en que ésta incide en la agenda mediática o en los temas que los medios de comunicación en El Salvador dan cobertura.

El tema es de mucho interés para el grupo de investigación, como para los medios y lector que día a día emite sus opiniones.

Este es un tema de mucha importancia ya que el avance tecnológico cada día es mayor y la población está a la vanguardia de ello, tanto que la participación del usuario es cada vez más alta.

La investigación permitirá sistematizar de forma gráfica cuál es el comportamiento de los usuarios que interactúan con medios digitales ante los contenidos publicados, las acciones de los medios ante las participaciones y si estas inciden en la decisión de los temas de la agenda informativa de los medios seleccionados para la investigación.

Adicionalmente el documento servirá como base para futuras investigaciones y como documento de consulta de estudiantes interesados en conocer sobre este fenómeno de las comunicaciones.

1.3 Enunciado del problema

En consideración a que el fenómeno a investigar se relaciona con la incidencia de la participación o interacción.

Los lectores con los medios digitales y la forma en la que esto tiene repercusión en la agenda mediática, se plantea como enunciado del problema la siguiente interrogante:

¿Cuál es la participación de los lectores en los medios digitales salvadoreños y su incidencia en la agenda mediática?

1.4 Delimitación

En consideración al problema planteado, se establecen como base para la realización de la investigación los periódicos digitales: Diario Colatino.com y Diario1.com.

Nos centraremos de forma estadística en los comentarios de la audiencia en publicaciones de los periódicos mencionados, comprendidas entre el 15 de abril al 30 de abril de 2015.

Las noticias consideradas estarán relacionadas con los principales temas del acontecer político, descartando aquellas relacionadas a temas internacionales.

Igualmente se encuestará a periodistas de estos medios para contrastar con ellos la incidencia que esas participaciones tienen en la estructura de la agenda mediática.

1.5 Objetivos

General:

1. Determinar cuál es la participación de los lectores en los medios digitales salvadoreños y su incidencia en la agenda mediática.

Específicos:

1. Monitorear la participación de los lectores en las publicaciones de los medios digitales salvadoreños.
2. Comparar la participación de los lectores en las publicaciones de los medios de comunicación digitales salvadoreños.
3. Establecer la incidencia que la participación de los lectores tiene en la agenda mediática.

Capítulo II Marco Teórico

2.1 Marco Histórico

2.2 El periodismo tradicional y periodismo digital

El periodismo tradicional durante años ha sido la herramienta clave para informar a la opinión pública.

Los medios tradicionales, particularmente los impresos, han sido los preferidos por los lectores por la posibilidad de tener información ampliada de lo que regularmente comunican medios como la radio y televisión, aún en la actualidad hay una alta población que prefiere el periódico impreso y los expertos prevén que durante muchos años esto seguirá teniendo vigencia, sin embargo reconocen que el periodismo digital está en su auge.

Hay lectores que prefieren hojear el periódico y leer de manera impresa, sin embargo como se mencionó anteriormente, hay otra alta población amante a la cibernética que prefiere leer de manera digital. Es así como grandes periódicos tradicionales de este país han optado también por tener una versión digital para llegar y complacer a todo tipo de público lector.

Uno de los especialistas más conocidos es Quim Gil, quien sostiene que “Este nuevo periodismo tiene su fuerza en la relación emisor-receptor. Un periodista

digital rompe con la comunicación lineal y se encuentra inmerso en un mar de información.

Y gracias al periodismo digital y a los avances de la tecnología en el campo de la información, los lectores pueden informarse cuando quieran, donde quieran e inclusive sin tener que salir de su casa. Además, el lector puede participar activamente y dar a conocer su opinión sobre un tema casi de inmediato, generando un vínculo directo con el medio.

Podríamos pensar en el periodismo digital como una “profesión” del futuro, que en comparación al periodismo tradicional otorgará mayores libertades a quienes la ejerzan; una profesión que dé buen uso a las nuevas tecnologías para favorecer el ejercicio comunicacional y cumplir la labor de informar, comunicar con responsabilidad y sustento. Según Deltha Mayorga.

Tradicionalmente los medios impresos han tenido espacios para la participación de los lectores, pero han sido mínimos y con mayor control sobre lo que se publica por parte del medio, en comparación al fenómeno que ocurre hoy con los medios digitales, en los que la interactividad o participación de los usuarios de la red es mayor.

Para la opinión pública está claro que aún se podrá disfrutar de los periódicos impresos ya que, según los expertos, ambos tipos de periódicos convivirán por mucho tiempo.

Sonia Blanco, asegura: “ante la duda si los medios de comunicación van a desaparecer, pues muy dudosamente, pero si se van a tener que reconvertir, posiblemente les advierto que la prensa escrita ya no será tal y como la conocemos, porque tiene unos costos de producción y distribución muy elevados, pero eso no quita que sigan teniendo su papel y que no vaya a seguir existiendo”

2.3 La participación de los lectores en los medios tradicionales

En la actualidad obtener un periódico tradicional es sencillo, lo encuentras en cualquier gasolinera, supermercado y tiendas, permitiendo así una mayor circulación de los periódicos y así llegar al lector con mayor accesibilidad para informarse.

Al consultar a algunos usuarios sobre su opinión de los periódicos tradicionales, muchos respondieron sentirse cómodos y cómodas con este tipo de comunicación ya que hay un sector de la población que no tiene acceso al Internet y tampoco sabe usarlo. En general esta población es adulta y del interior del país, hay otra tipo de población que si tiene acceso a internet pero simplemente prefiere el periódico impreso.

2.4 Participación de los lectores en medios digitales

A finales del siglo XX y principios del siglo XXI surge una revolución periodística denominada como periodismo digital, esta adopta una nueva manera de informar a los lectores, según Ramón Salaverría, quien lo define “como la especialidad que emplea el ciberespacio para investigar, producir y sobre todo difundir contenidos periodísticos”, este es un nuevo perfil que se convierte en un nuevo soporte informativo con nuevas tecnologías.

Este nuevo sistema de informar permite a los lectores que participen de forma más activa. Al periodismo digital se le atribuye abrir posibilidades sin precedente con una participación más inclusiva en la deliberación de cuestiones políticas, según Coleman. Esta red se define por su capacidad de informar de manera inmediata y democrática, abierta para todos los ciudadanos que tengan alcance al internet.

Con el avance tecnológico y el surgimiento del internet, el periodismo digital facilita la tarea de informar a los lectores amantes de la cibernética, quienes también tienen la posibilidad de hacer llegar sus comentarios u opiniones de manera más ágil. El lector día a día se vuelve más exigente en la medida que profundiza sus conocimientos en diferentes sitios web. Los periódicos tienen de por sí una alta responsabilidad de informar con mayor veracidad y rapidez por las exigencias del usuario.

Es importante y casi fundamental estudiar la participación de los lectores en los medios de comunicación, ya que la afluencia y la masa de lectores es grande y dan sus puntos de vista casi de inmediato cuando se publica cierta información. En años anteriores los lectores no tenían esta facilidad y no tenían tampoco un vínculo directo, ya que para hacer llegar sus comentarios era a través de cartas, las que tardaban hasta un mes o más para ser recibidas y que generalmente nunca tenían una respuesta del medio.

Actualmente el lector debe ser altamente crítico y cuidadoso con la diversidad de fuentes de información a su alcance, ya que cualquier usuario de la red tiene la facilidad de escribir y subir cualquier nota a las redes. El periodismo está cambiando y algunos medios o periodistas consideran que está llegando a un nivel de información nunca antes alcanzado en la historia de la humanidad.

Los ciudadanos que participan en los diferentes medios pretenden desentrañar la realidad y ellos lo hacen generando preguntas abiertas, potenciando la discusión y el intercambio de ideas.

Según Briggs este tipo de periodismo permite al profesional de la comunicación la posibilidad de hacer un mejor periodismo ya que la red es una fuente de información inagotable, la red se ha vuelto una herramienta importante para todo periodista.

A diferencia de los periódicos tradicionales, donde los lectores podían comentar mediante las cartas al director, hoy en día en los periódicos digitales lo pueden hacer de diversas formas, por ejemplo a través de los blogs, Facebook y Twitter. De esta manera el usuario tiene la oportunidad de aportar dando su punto de vista de dicho tema de interés para él.

La participación de los lectores empieza a ser más evidente desde que los medios crean blogs y redes sociales, creando espacios llamados generalmente como comentarios, en donde los usuarios pueden opinar de las noticias publicadas o en preguntas y encuestas que se someten a la valoración del público, acción que es cada vez más habitual en la plataforma multimedia de periódicos, radioemisoras y televisión con presencia en internet.

Algunos de estos medios digitales permiten la libertad de pensamiento de los lectores teniendo en cuenta, en algunos casos, que los usuarios no publiquen palabras soeces, sin embargo esto no está regulado en todos los medios y no es raro leer comentarios cargados de insultos.

Pero también se sabe que en muchos periódicos digitales existen filtros para que la opinión de los lectores aparezca publicada y que hay factores que limitan la participación de estos usuarios en la elaboración de los temas que forman parte de la agenda mediática.

Según La Teoría de la agenda mediática se refiere a como los medios influyen en el público directa o indirectamente, no en las opiniones o dictámenes que estos enuncian; sino procurando la relevancia o el espacio informativo a temas a cuestiones que los medios eligen. El estudio realizado por McCombs y Shaw en 1972 refiere a que la gente considera unos temas más destacados (la agenda del público), que otros en proporción directa con la importancia que le den los medios (la agenda de los medios), aunque estos no sean quienes decidan por la audiencia cual será la actitud o la decisión de estos asuntos que proponen como agenda.

En por eso que los comentarios que se generan de las noticias publicadas, se da a conocer la opinión de los lectores sobre un determinado hecho noticioso. Dichas opiniones aparecen al pie de la noticia y, de esta manera, se puede observar cómo se va generando un hilo de discusión en donde se ve la participación de decenas o cientos de usuarios, generando diversos y hasta acalorados debates.

Es así como el paradigma comunicacional cubren distintas teoría y modelos de análisis de comunicación, que abarcan en sus planes emisor, mensaje, códigos, transmisor y receptor, aunque dentro de la sociología de la comunicación va adquiriendo mayor peso el concepto de masas, siendo pues de masas el marco específico dentro del estudio de la comunicación.

Aparece un salto cualitativo desde la comunicación humana a la comunicación de masas, la comunicación ha ido acompasando el desarrollo, el crecimiento y progreso de la sociedad global.

A finales del siglo XIX modelos de análisis globales de la sociedad, donde la comunicación era una parte significativa y así se conformaron esquemas y modelos de preguntas que influyeron a partir del siglo XIX, modelos y esquemas que podemos denominar "Paradigmas".

Uno de los niveles de participación en donde los periodistas ciudadanos también han dado su aporte es en cubrir, presenciar y compartir en la red de internet un hecho de información que fue captado en un determinado momento, por ejemplo un accidente de tránsito.

Quien el lector decide tomar una foto, indagarse de lo que presencio y compartir con el periódico digital lo obtenido, para luego este retomar dicha información para hacerla pública con sus usuarios.

Según investigación el lector hace la lucha por emitir sus opiniones e informar buscando un espacio que le permita ser tomado en cuenta, sin embargo su incidencia en la estructuración de la agenda mediática es mínima.

Dándole su respectivo espacio y crédito de quien cubrió el hecho, al igual que un mayor protagonismo de su trabajo.

Todo esto ha sido gracias a los avances tecnológicos y periodísticos que han permitido que los lectores también den su opinión y que sean escuchados por los medios de comunicación.

2.5 La agenda mediática

Nace en los años setenta en el momento que los medios de comunicación de masas tienen una gran influencia sobre el público, al saber determinar qué temas abordar y que sean de mucho interés para el lector.

La agenda mediática está conformada por noticias que difunde el medio informativo cotidianamente. El punto central de esta agenda es la importancia que se le dará a la información que se va a difundir, dándole a este un orden de prioridad para obtener mayor audiencia, un mayor impacto y una determinada conciencia sobre la noticia. Pero también en la agenda mediática deciden qué temas excluir al no ser de tanta importancia para el medio y para el público.

Es por eso que cada periodista tiene su agenda mediática ya que da una mejor organización al cubrir dichos temas o hechos relevantes para informar a sus lectores, aunque muchas veces esta agenda se encuentra formada de manera que beneficie al medio o manipule a la audiencia.

2.6 La incidencia de los lectores en la agenda mediática

Este nuevo lector digital puede marcar la incidencia mediática del medio, pero no en la estructuración de los temas y contenidos. Ya que su importancia nada más se centra en lo que la audiencia quiere por lo menos saber. Dándole un orden de prioridad al lector para obtener más rating, un mayor impacto y una determinada conciencia sobre la noticia.

El principal punto de los medios de comunicación es el cómo analizar la información de la agenda mediática para que esta influya en la opinión del lector.

Muchos periódicos digitales fomentan la participación de los usuarios en blogs, redes sociales y páginas de comentarios y, así, permiten que den sus aportes de temas relevantes para sus agendas.

Aunque muchas veces el lector no es escuchado por los medios y solo publican temas de interés mediático.

2.7 El surgimiento de los medios digitales

El periodismo digital, también conocido como ciberperiodismo, surge especialmente a finales del siglo XX con los grandes avances de la tecnología y particularmente gana un nuevo espacio en la Internet como principal soporte de difusión.

Bien es conocido que tradicionalmente un periódico impreso es distribuido principalmente en las calles por los vendedores, pero, con el nuevo soporte, el periódico digital viene con una edición que se ve a través de un ordenador conectado a una red de internet y el lector puede entrar a la página web de cada periódico, lo cual, actualmente, es posible hacerlo a través de múltiples dispositivos como teléfonos celulares, Tablet, computadoras, etc.

Los primeros periódicos nacieron en Estados Unidos (San José Mercury New www.sjmercury.com) y en Inglaterra (The Electronic Telegrap www.telegraph.co.uk).

En Argentina el primer periódico que también se unió a esta nueva era de periodismo fue en 1995 con la primera versión, la cual era extremadamente lenta, del centenario diario Los Andes de Mendoza al cual llamaron Los Andes online, que fue lanzado en septiembre de ese año, mismo en el que El Salvador empezó la difusión comercial de internet.

Los primeros periódicos web en El Salvador fueron, en 1995, elsalvador.com (El Diario de Hoy) y, en 1996, laprensagrafica.com (La Prensa Gráfica). En un principio no se les consideraba como periódicos digitales en sí, porque estos surgieron para servir como una ventana a los salvadoreños que vivían en el exterior

Estas ediciones eran prácticamente una copia de las principales secciones de la versión impresa, es decir, la información era copiada y pegada al formato electrónico.

Fue hasta el 2001 que comienza la evolución de estos periódicos hacia el periodismo digital. Dicho cambio surgió debido a la necesidad de informar de los desastres que fueron causados por los dos terremotos del 2001 en El Salvador, cuando se dieron cuenta que desperdiciaban las herramientas de internet para generar noticias actualizadas y, más que todo, para las personas que no tenían acceso a un periódico impreso.

El primer periódico completamente digital en El Salvador fue El Faro.net fundado en 1998 y, además, fue el primer periódico virtual considerado a nivel de Latinoamérica. Para El Faro el mayor de sus retos fue incrementar sus lectores, puesto que ellos no contaban los suficientes recursos para poder ejercer bien el periodismo, pero lo que les ayudó fue la publicidad de usuarios a usuarios y la demanda cada día iba creciendo por los contenidos publicados con un enfoque distinto al de los medios tradicionales. El Faro cuenta con 50 mil lectores semanales aproximadamente a nivel mundial.

Con el gran avance de las nuevas tecnologías los medios de comunicación han tomado en cuenta que los medios tradicionales tales como la radio, la prensa y

la televisión están aceptando los fuertes cambios en la denominada era de la información y el surgimiento del periodismo digital.

Esta nueva era se basa, en el caso de los medios, en informar a una gran gama de receptores de forma directa e instantánea y poder además interactuar sobre los acontecimientos que cada uno de los periódicos publica en su edición digital.

La virtud de este nuevo periodismo es la capacidad de informar de forma inmediata y de actualizar la información de forma rápida, de tal manera que así se informa el lector de los acontecimientos con más celeridad y permite que el periodista o el medio lo esté actualizando a cada momento y de cualquier lugar, siempre que se cuente con un ordenador o dispositivo móvil con conexión a internet.

“El Periódico Digital presenta una actualidad que denominamos actualización múltiple, debido a que el medio ofrece al mismo tiempo un menú de contenidos con diferentes temporalidades internas”, según (ROST, 2002b).

Esta plataforma digital también vino a afectar el consumo de las ediciones impresas por parte de las personas y, además, la venta de los medios de comunicación tradicional, ya que los lectores encontraron en el digital un periódico que les permite una manera de informarse con más rapidez.

2.8 Características de los medios digitales

Para hablar de medios digitales, primeramente, debe remontarse a la historia y el surgimiento del internet a finales de los años 60 y, en concreto en 1969, cuando Ministerio de Defensa de los Estados Unidos pone en marcha ARPANET (Advance Research Project Agency Network) de forma restringida a departamentos militares, empresas armamentistas y universidades donde se investigaba con el objetivo de compartir recursos entre estos privilegiados usuarios. Este fue el punto de partida para que en ese entonces se crearan otras redes, en los años setenta.

Entre las redes creadas se encuentra UUCP (Uxix to Unixs Copy Program) y USENET (Useras Network) que ampliaban el acceso y a las que se unieron, ya en los ochenta, CSNET (Computer Science Network) y BITNET (Because It's Time Network). Todas ellas no formaban parte de internet, pero si podían conectarse a ella y contribuir, de alguna forma, a un crecimiento de la que sería llamada " red de redes".

Siendo así que, es a partir de 1990 cuando comenzó a hablarse de la "autopistas de la información", dentro de las cuales Internet ocupa un lugar más que destacado.

La denominación de esta sirve en realidad para denotar todos aquellos recursos electrónicos que, en la última década, han permitido aumentar el intercambio de

información entre los seres humanos, como por ejemplo la telefonía celular, videoconferencias y televisión interactiva.

Y dentro de todas las autopistas es la red de internet la que hasta el momento está siendo más utilizada para nuevas forma de hacer periodismo, no solo a nivel mundial, sino también en nuestro país, lo que ha supuesto un auténtico vuelo en el panorama de la comunicación.

Fue así cuando a comienzos de 1995 The Washington Post iniciaba su versión electrónica con Digital Ink. En España se daban los primeros pasos en Internet con la paulatina puesta en marcha de Infovia, de Telefónica. La revolución ha sido desde entonces vertiginosa y, en poco tiempo, se han multiplicado las páginas web españolas, aunque expertos hablan de que el año 2000 fue como el auténtico despegue de España.

Este crecimiento también ha sido denotado en El Salvador, cuando su conectividad a esta red de internet se presenció en diciembre de 1995, según la información de Rafael Ibarra, quien es conocido como el padre del Internet en El Salvador. Siguiendo así los pasos de Costa Rica que, en 1993, fue el primer país de Centroamérica en conectarse a Internet.

La creación digital de El Diario de Hoy (www.elsalvador.com) en diciembre de 1995 es el punto de partida para El Salvador en cuanto a los medios de

comunicación. Siguiendo la tendencia internacional, los medios locales crearon versiones digitales de sus secciones impresas; con el tiempo y la inversión en desarrollo tecnológico, algunos de ellos han sobresalido creando portales exclusivamente digitales.

No obstante, el nacimiento de El Faro (www.elfaro.net) el 25 de abril de 1998 marca el inicio de una era, ya que es el primer periódico latinoamericano exclusivamente en Internet, de acuerdo a sus autores.

Actualmente, los medios salvadoreños mantienen una contienda para captar los lectores que han migrado a las plataformas digitales para informarse o a los más jóvenes, que ya son nativos de esta nueva era y son menos tradicionales en cuanto a la forma de entretenerse e informarse.

Eso se manifiesta cada vez más ya que hay más posibilidad de recibir los contenidos noticiosos en formatos móviles y en plataformas multimedia, especialmente de audio y video; la innovación en sus ediciones e-paper y contenidos en realidad aumentada, códigos QR y la interacción que se fomenta por medio de las redes sociales, entre las que figuran Facebook, Youtube y Twitter,

En la actualidad y con el avance de Internet se observa cómo han ido creciendo los medios digitales, siendo así que hasta esta fecha contamos con nuevas

publicaciones incursionistas, que no serán grandes monstruos de la información periodística en Internet, pero que si se han mantenido gracias a su público lector, siendo el caso de lapagina.com, elblog.com, lagaceta.com diario1.com, en fin, muchos más.

De estos periódicos salvadoreños hasta el momento ninguno en internet tiene servicio de pago por lectura, como lo tienen otras publicaciones internacionales, lo que permite un tener un mayor acceso para la población.

El periódico electrónico, ese que se define como un producto interactivo con recursos multimedia, ese al que también se llama periodismo 3.0, el que informa a la brevedad posible, ese al que conocemos como medio digital cumple las siguientes características:

1. Es Digital: Todo se reduce a cero y unos. El producto llega por medio de bytes en una pantalla electrónica y no sobre el papel, se transmite por redes telemáticas.

Los costos se reducen considerablemente respecto a las ediciones impresas. Esta es una ventaja considerable, sobre todo para aquellos que no cuentan con capital suficiente para iniciar un negocio. Es accesible en cualquier circunstancia, siempre y cuando se cuente con un ordenador y una línea

telefónica, por ello el nacimiento de periódicos electrónicos sin tener su edición paralela de forma impresa.

2. Lectura no secuencial: El acceso al texto, imágenes fijas o en movimiento, y sonidos no es secuencial, como tampoco lo es el pensamiento humano. El periódico electrónico se acerca más a la forma de pensamiento, las estructuras de las ideas o ecologistas no son lineales.

3. Mundial: Llega a todas partes del planeta, siempre y cuando estén conectados a Internet. La Aldea Global se hace una realidad. El periódico en línea no tendrá un mercado local, estatal o nacional, sino su mercado será global, aunque sea en potencia en estos momentos.

El precio sigue siendo el mismo cualesquiera que sean sus pretensiones. Esto es realmente diferente en comparación con el periódico impreso que para tener alcance local, nacional e internacional, los miles o millones de dólares se multiplican.

4. Instantáneo: El Acceso es instantáneo se obtienen las informaciones de manera más inmediata, se consulta la información casi en tiempo real, con lo que la distancia respecto a la inmediatez de acceso a la información, comparado con otros medios como la radio y la televisión, se acorta.

A diferencia del periódico de papel, el electrónico no se ve obligado a esperar a la siguiente edición para poner a disposición de los lectores las últimas noticias o los aspectos más novedosos de dichas informaciones (Navarro, 2001). Esta característica equipara en la práctica al nuevo medio con la radio y la televisión.

5. Actualizable: Ha entrado en crisis el concepto de periodicidad de los medios en línea. El periódico electrónico renovará la información conforme se vaya generando la noticia y las informaciones de interés.

Quienes han considerado el periódico online como un nuevo medio, deben renovar la información, las imágenes y el audio según se generen las noticias. Lo importante es que la información cumpla con todos los requisitos periodísticos de la comprobación y de la veracidad de los hechos.

The Washington Post y The New York Times, son medios que siempre van a la vanguardia del periodismo, renuevan constantemente su información y sus imágenes.

El Clarín Digital, de Argentina, es un medio a la vanguardia, ya que actualiza su información nacional, local e internacional de manera continua.

Los medios digitales salvadoreños también renuevan constantemente sus contenidos e información con el fin de ofrecerle a su público fresca, innovación, pero sobre todo actualidad de lo acontece en el mundo.

6. Profundidad: Cerca del 90% de las noticias que llegan a las redacciones no se publican en el periódico impreso. Con las posibilidades que ofrece Internet en cuanto a la capacidad de transmisión, ninguna información queda sin difundir.

El Internet es un medio perfecto para la distribución de noticias e información. Un volumen infinito de ella y documentos pertinentes como legislación, información, estadística, discursos, entre otros, pueden ser incluidos.

Al personificar el diario online, cada usuario seleccionará la información que quiere conocer. La capacidad de transmisión de datos por medio de las redes telemáticas permite que el usuario de este medio pueda profundizar en los temas que a él le interesan.

7. Interactividad: Cuando hablamos de un medio de comunicación nos centramos en el proceso comunicativo más sencillo que tiene tres partes esenciales, según el modelo de comunicación de Aristóteles: Hablante-mensaje-oyente.

Para que el círculo de comunicación se cierre es necesaria la retroalimentación; Internet la tiene y se denomina interactividad. De hecho el éxito de la red se debe a las amplias probabilidades que ofrece el medio para comunicarse con él. La retroalimentación es casi inmediata.

El único medio que tiene el periódico impreso para conocer la opinión de los lectores son las cartas que reciben y cuando el medio de comunicación, ya sea el impreso o los audiovisuales necesitan conocer la opinión de los receptores, normalmente se encargan de hacer una encuesta.

Con los temas de debate y las discusiones en grupo que se encuentran en la mayoría de los periódicos online, los lectores y el periódico logra verdaderamente una comunicación y, de esta manera, se termina esa relación unilateral, unidimensional y unidireccional.

La ventaja de la interactividad es que permite al lector ser algo más que un receptor pasivo y actuar por sí mismo en el producto.

8. Personalización: El periódico electrónico ofrece la posibilidad de que cada uno de los usuarios del servicio reciba y escoja de una amplia gama de posibilidades, solamente lo que a él le interesa. Gracias a la interactividad, el periódico conocerá cuáles son las necesidades de cada uno de sus lectores y de forma automática le hará llegar las informaciones más importantes que él desee.

El periódico online o el nuevo medio de comunicación podrá ser un servicio a la carta, es decir, el receptor tendrá solamente aquello que le interesa y cómo le interesa, pero este será un segundo paso. En un primer momento el periódico

deberá ofrecer la información y orientada más en todos los terrenos del conocimiento y de la vida cotidiana. Habrá y, de hecho los hay, medios en línea que están especializados, pero también deberán ofrecer información general.

Los inicios de este periódico personalizado se pueden observar en algunos periódicos online, que ofrecen el servicio de enviar titulares al correo electrónico del usuario, es decir un breve resumen para el lector, tanto las informaciones generales más importantes como las de cada una de las secciones.

9. Disponibilidad: Es posible tener el periódico en cualquier momento, en todo lugar, siempre y cuando tengamos un ordenador, un modem y una línea telefónica.

Esa disponibilidad de estar en el lugar de los hechos y transmitir en vivo desde cualquier lugar del mundo, es lo que caracteriza a la televisión; pero esa ventaja ya la tiene el periódico online. En teoría, un acontecimiento que ocurra en cualquier sitio del mundo lo podemos conocer en el periódico de nuestra preferencia y en el momento que nosotros queramos.

Es conveniente reiterar que la disponibilidad del periódico online solo la tienen aquellos usuarios con posibilidades económicas para conectarse a la red.

10. Multimedia: El periódico online es la suma de los tres medios masivos de comunicación: radio, televisión y prensa escrita, con la ventaja de cada uno. Lo que conocemos como el periódico en línea se convierte en un medio de comunicación que reúne la profundidad de la prensa escrita simultáneamente de la radio y la imagen de la televisión. Es la suma de texto, la voz, la música, la imagen fija, el video, los recursos de la infografía.

Como resultado, la nueva tendencia de los medios de comunicación masivos es conformar empresas multimedia para explotar los recursos que cada uno tiene.

11. Confiable: La importancia de los periódicos en Internet radica en el prestigio que tiene, en la confiabilidad que el usuario deposita en ellos. El cibernauta no puede consultar la totalidad de páginas web, ni tampoco puede confiar en la veracidad de la información que proporcionan. Los medios de comunicación conocidos serán fuentes fidedignas, más que el resto de las páginas.

12. Servicio gratuito: La mayoría de los servicios que proporcionan los periódicos en línea son gratuitos. Internet es información y si no se pone mucha información a un costo muy bajo e incluso gratuito, la gente no va a entrar a las páginas y no se va a vender publicidad.

La gratuidad de los periódicos online favorece a la consulta del usuario.

13. Nueva retórica: La utilización de las redes telemáticas para poner a disposición del usuario el periódico online, la lectura no secuencial, la inmediatez, la interactividad, la profundidad, la personalización y la actualización, entre otras características, de lo que se considera un nuevo medio informativo y que en la actualidad se le designa con el nombre de periódico online, han conformado una nueva retórica con las siguientes características.

A) Páginas en lugar de secciones: " El concepto de página deja de tener el sentido de un espacio físico limitado y se asimila al concepto de sección. Es decir, en el nuevo periódico se hablará de la página de nacional, la página de deportes, o de la página de opinión. En ese caso se incluye la totalidad de las noticias de cada sección, condensadas en una página electrónica con sus textos íntegros.

Tampoco existe la clasificación de las páginas pares o impares como en el periódico impreso, de páginas malas o buenas. En la página nacional, internacional, etc., las noticias más importantes se colocarán en la primera parte de esta, seguidas por las de menor relevancia.

B) Presentación: No existe la noticia de ocho columnas. La importancia de una noticia con respecto a otra se observa en su colocación, si es en la primera, segunda, tercer pantalla o según las que tenga el periódico. Se valoran más las

fotografías respecto al texto, el grafitismo a las palabras, el color frente al blanco y negro. La lecturas hipermedia exige que se destaque aquello que será un enlace.

La noticia más importante se presenta en la parte superior, generalmente ocupa el ancho de la pantalla o de la parte que le corresponde al contenido. La valorización de las informaciones también se determina por su tipografía.

Al abrir un periódico o revista, la atención de un lector se atrae inmediatamente a los elementos gráficos en la página, en lugar de los elementos textuales. En internet no solo convence al usuario la calidad de información, sino también su presentación.

La página principal o homepage es la puerta de entrada al servicio. Usualmente a través de ellas se puede llegar a todas las otras páginas.

Se jerarquiza mediante titulares, secciones y sumarios. Se ha perdido la noción de columna y no hay páginas malas.

El periódico online contiene muchos motivos visuales, utiliza diferentes tipos de letras, de tamaño, de colores, de recuadros, de marcos, de subrayados, etc. A diferencia del periódico impreso, se puede permitir el lujo de utilizar todo el color que desee ya que esto no elevará su precio, cosa contraria al de la versión impresa.

Hay una gran flexibilidad del formato. Los textos, imágenes, sonidos y video se interrelacionan dando al usuario la máxima capacidad de navegación. Los elementos como teclas, botones, imágenes, iconos, mapas entre otros.

Los hiperenlaces se representan como palabras o frases resaltadas en distintos colores, subrayadas, son referencias o punteros a otros documentos o recursos en Internet para: a) obtener un nuevo documento b) activación de un elemento multimedia c) permitir el acceso a otros servicios de Internet, como correo electrónico.

Los hiperenlaces textuales, hiperenlaces gráficos, hiperenlaces a audio, hiperenlaces a videos, a juegos en general. Algunas páginas están subdivididas en áreas rectangulares o ventanas, cada una de las cuales pueden contener un documento de hipertexto distinto e independiente de los demás.

C) El interés de la noticia no será por el ámbito geográfico. El contenido del periódico online no será determinado por el interés que el lugar pueda suscitar en el lector. Surgirán otros aspectos como la proximidad temática, afectiva, ideológica, política o social lo que acerca a ciertos usuarios al medio. La sección internacional será importante para todo el que se encuentre en cualquier parte del mundo.

D) Recursos online: Búsqueda de información, chat, foros de debates, entre otros.

Las posibilidades del periódico no se limitan a un contenido tradicional. Las páginas ofrecerán servicios de búsqueda de información general o especializada para que el usuario pueda encontrar la palabra, el tema, el artículo o el nombre de una manera más rápida y eficiente. La organización de los contenidos se realiza en forma lógica y flexible.

Los periódicos brindan servicios de charlas o pláticas para los usuarios según los temas de interés del día, entrevistas en vivo con los editores; hay foros de debate, se platica y conoce a otras personas a través del chat. Todas estas posibilidades que el periódico impreso no tiene, conforman en nuevo medio de comunicación.

E) No existen cambios en el fondo: El periódico online recurre a los conceptos claves de la redacción periodística de selección, valoración, interpretación, opinión y contextualización para comunicarla de manera correcta al lector. A los estilos u géneros. A diferencia entre hechos y opiniones, los hechos son sagrados y las opiniones libres.

En conclusión, estas trece características lo convierten en un nuevo medio de comunicación, un producto interactivo multimedia, un periódico online que pronto tendrá un nombre propio.

2.9 Las redes sociales en el periodismo

Las redes sociales también han revolucionado su forma de comunicar y se han vuelto una herramienta indispensable para los periodistas, ya que facilita y agiliza la información pues desde un teléfono inteligente se puede subir información desde el lugar de los acontecimientos.

Según un estudio de la Universidad de la India, el 40% de los periodistas afirman que las redes son una herramienta indispensable para su trabajo periodístico, el Twitter es el tipo de red más utilizada por los profesionales de la comunicación, el 59% de estos profesionales poseen una cuenta en esta red.

Según algunos periodistas las redes sociales son importantes en su proceso de investigación y elaboración de informes, así como para hacer llegar de manera inmediata las noticias a los lectores que están conectados esperando lo último del acontecer nacional e internacional.

Los usuarios de las redes sociales se sienten complacidos por la forma que los diferentes medios han adoptado para mantenerlos informados.

2.10 Surgimiento e historia de Diario1.com

El periódico digital www.diario1.com fue fundado en el año 2013 a iniciativa del empresario salvadoreño Adolfo Salume.

Fue en septiembre de ese mismo año que el periódico digital se puso a navegar con una planilla de 10 periodistas, entre redactores y fotógrafos. En la actualidad ese número de periodistas poco a poco ha ido creciendo acorde a la demanda de audiencia.

Como todo medio digital, posee una unidad de multimedia que se ocupa de crear contenidos en audio, video o fotografías. Posee cuenta en Facebook y Twitter, las de mayor uso por los salvadoreños.

Desde su fundación, Diario 1 ocupa el local 208 del edificio Avante, en la urbanización Madre Selva, de Antiguo Cuscatlán, La Libertad.

El periódico surge con el propósito de competir con otros medios digitales que apuestan por la inmediatez de la noticia, no obstante posee una sección especial, Zona 1, que se dedica a contenidos periodísticos propios, donde se combinan los diversos géneros periodísticos: crónicas, reportajes, perfiles, entrevistas y grandes entregas informativas que se denominan Grandes Series.

Entre las secciones con las que cuenta el periódico se encuentran política, nacionales, zona deportiva, vida, ciencia y tecnología, voces, entre otras.

Otras de los espacios con los que cuenta el periódico digital son los famosos especiales, en los que se investigan o se narran hechos curiosos y de interés para la población.

Si bien es cierto que la existencia de este medio es poca en comparación a otros periódicos el reto de todo empresario, al igual que su cuerpo de colaboradores, es seguir creciendo de manera de llegar a hacer un medio distinguido por su trabajo periodístico, al igual que el de la organización que día tras día se esfuerzan por llegar a un mayor sector de la población y llevarles la noticia.

2.11 Surgimiento e Historia de DiarioColatino.com

Como periódico, fue fundado el 5 de noviembre 1890, por el intelectual y periodista Miguel Pinto, quien inicialmente dispuso nombrarle SIGLO XX; sin embargo, para finales del siglo XIX, decidió cambiarle nombre.

Ya en el nuevo siglo, el periódico fue denominado El Latinoamericano, pero en los primeros años de su funcionamiento sucumbió ante un incendio que hizo zozobrar el proyecto, pero con esfuerzos que la historia le reconoce a don Miguel Pinto, hizo surgir de entre las cenizas su obra con el nombre del vespertino Diario Latino, decano del periodismo de Centroamérica.

El Diario Latino, simbolizado por un Ave Fénix, alcanzó mucho prestigio e importantes premios internacionales, entre éstos el “María Moors Cabot”.

Su tamaño “Standar”, con su férrea lucha por la libertad de expresión, lo destacaron entre otros medios de comunicación nacionales y extranjeros.

Su firmeza, a pesar de la presión ejercida durante los años del régimen del General Maximiliano Hernández Martínez, hizo que el vespertino, que por años mantuviera su slogan “Las noticias de hoy, hoy mismo”, no desapareciera, aún con los ataques y amenazas que impulsaba el estado de terror implantado por los militares de esa época.

Posteriormente fue registrado como propiedad de Editora Salvadoreña de Periódicos, Revistas y Publicidad.

Con la muerte de Don Miguel Pinto, asumió la dirección del periódico don Miguel Pinto hijo, quien decidió cambios en el tamaño, ya que pasó a ser tabloide y su orientación informativa, al igual que otros medios escritos fundados en el siglo XX, se volvió conservadora, padeciendo los efectos de la guerra desatada en los años 80, al ser incendiada la maquinaria por un grupo de manifestantes que protestaban contra la Junta Revolucionaria de Gobierno que había depuesto al General Humberto Romero.

Después del incendio, ocurrido en 1982, Don Miguel Pinto h. falleció en los Estados Unidos, siendo el nuevo director de Diario Latino el heredero, Miguel Ángel Pinto, quien cuatro años después vendió la mayoría de acciones de Editora Salvadoreña a la Corporación “H”, vinculada al Partido Demócrata Cristiano, cuyo gobernante era Napoleón Duarte.

Bajo la dirección del periodista y escritor Waldo Chávez Velasco, el periódico fue declarado en quiebra y embargado por el Banco de Crédito Popular, que tras la quiebra de esta, y estando la deuda clasificada en la categoría de los incobrables (D), la cuenta pasó a manos del Fondo de Saneamiento y Fortalecimiento Financiero (FOSAFFI), organismo creado por el Banco Central de Reserva para recuperación de carteras de Bancos liquidados.

En junio de 1989 el Diario Latino fue abandonado y sus empleados no recibieron salarios ni indemnizaciones, por lo que éstos, organizados en la subseccional del Sindicato de Periodistas y Similares de El Salvador (SINPESS), lograron mantener la circulación del periódico, iniciando así una nueva era del Diario Latino.

Los trabajadores, bajo la dirección del periodista Francisco Elías Valencia y un Consejo de Dirección (integrado por los trabajadores), dejaron el periodismo conservador y, con un formato noticioso renovado y pluralista, relataban los acontecimientos de la guerra, con veracidad y sin miedo, lo que no fue aceptado por el sector militar, ni por la administración del Presidente Alfredo Cristiani. Así logró pronto insertarse como un importante medio entre la opinión pública nacional.

El 9 de febrero de 1991, después de acciones de censura y amenazas, provenientes de sectores radicales de derecha, el Diario Latino fue incendiado

pero, pocos meses después, fue restaurado con la ayuda nacional e internacional. Cabe destacar el trabajo de la Universidad de El Salvador, que bajo la rectoría interina de Benjamín López Guillén y de estudiantes de la facultad de ingeniería, que hicieron horas sociales, se logró reparar la rotativa en un 70 por ciento dos meses después del atentado.

La UES, además, ofreció su imprenta, durante el período en que duró la reparación, por lo que el Latino no dejó de circular, pese al atentado. Durante la reparación de la imprenta, se mantuvo la circulación del periódico con cuatro páginas que eran impresas.

De la ayuda internacional recibida, es digno mencionar a donantes como Oxfam Bélgica, Diaconía de Suecia, Federación Internacional de Periodistas (FIP), Organización Internacional de Periodistas (OIP), la Fundación para la Democracia de Estados Unidos y la Cooperación Española, entre otras.

De las organizaciones nacionales que cooperaron, entre otras están, El CPDN, la UNOC, UNTS, la Iglesia Luterana Salvadoreña y Bautista Emmanuel, así como personas particulares.

Los trabajadores crearon, en 1994, la Sociedad Cooperativa de Empleados de Diario Latino de Responsabilidad Limitada (COLATINO de R.L.), con lo que terminaba prácticamente Editora Salvadoreña y, en 1995, no solo se crea Diario

Co Latino como marca, sino que se resguarda legalmente la marca Diario Latino.

La cooperativa, pese a ser blanco del bloqueo publicitario y de una serie de acusaciones en los tribunales, logró adquirir la rotativa, misma que se reparó con fondos de la ayuda internacional para los trabajadores. La maquinaria y el terreno fueron obtenidos por los cooperativistas en sendos procesos judiciales que culminaron en subastas públicas promovidas por el FOSAFI. De ahí que Diario Co Latino, sea el heredero del único periódico en El Salvador, con 123 años de existencia.

2.12 Marco Conceptual

Agenda mediática: Influencia de los medios sobre la Información o noticia que se decide investigar y publicar.

Ciberperiodismo: Es el proceso y transferencia de información periodística, utilizando recursos informáticos, destinado al público con acceso a internet para producir una noticia.

Digital: Uso de las herramienta del Internet para comunicar.

Edición digital: Es una reproducción exacta de la edición impresa con todos los beneficios de interactividad que aporta la navegación electrónica. Disfruta de tu revista favorita recibéndola directamente en tu ordenador.

Lector: Persona que lee un texto.

Noticia: Contenido de una información que nunca antes había sido comunicada.

Es decir la noticia establece un conocimiento nuevo.

Periodismo digital: La nueva forma de comunicar e informarse de manera cibernética con solo tener acceso a internet.

Periodismo electrónico: La comunicación en línea conectada desde cualquier aparato con acceso a internet.

Periodismo tradicional: El periodismo tradicional es el más conocido por el público lector tales como periódicos impresos que durante décadas han y siguen informando a al público lector.

Periodismo: El periodismo es una labor profesional que se basa en la recolección, síntesis, procesamiento y publicación de datos de carácter actual.

Troller: Es una persona que solo busca provocar intencional mente a los usuarios o lectores.

Usuario: Persona a quien va destinada la información o noticia.

Capítulo III Investigación de Campo

3.1 Método

El método será mixto, tanto cualitativo como cuantitativo ya que se estudiará a través de un monitoreo la participación de los lectores y las sugerencias que aportan a los medios Diario Co Latino y Diario1.com.

Con esta metodología se establecerá la calidad o porcentaje del número de comentarios en las publicaciones de mayor trascendencia en la agenda del medio.

A la vez, con este método pretendemos alcanzar el objetivo de descubrir y determinar qué tanto los lectores influyen en la agenda mediática del medio y comparar la participación de los lectores en las publicaciones en los medios de comunicación en estudio.

Para la obtención de la información se ha realizado una encuesta con preguntas abiertas, cerradas y mixtas a los periodistas de DiarioCoLatino.com, Diario1.com, lo que permitirá que el encuestado además de dar su opinión la respalde y detalle ampliamente. Para comprobar la participación de los lectores en el medio y si se toman en cuenta las sugerencias que los lectores hacen en sus comentarios para la elaboración de la agenda mediática.

Así como si este es parte de la generación de las noticias, es decir si puede o no compartir información de algún hecho o suceso que el lector halla presenciado y en un determinado momento decida compartir con el medio digital la noticia que haya cubierto, para este retomarla y darle seguimiento al acontecimiento para difundirla con los lectores.

Igualmente se ha elaborado un instrumento para monitorear las publicaciones de los periódicos que forman parte de la muestra, con el que se determinará la calidad de las participaciones de los usuarios en las notas del acontecer político, durante el período entre el 15 al 30 abril 2015.

Con esto se podrá establecer el nivel de participación de los lectores de estas ediciones y si éstas tienen incidencia o no en la agenda del medio.

3.2 Sujetos de Estudios

Durante el avance del trabajo y tal como se ha plasmado en la delimitación del capítulo uno, los sujetos de estudio serán los periódicos digitales Diario1.com y Diario Colatino.com a través del cuerpo de periodistas de las secciones del acontecer político.

Con esto se pretende verificar qué tanta incidencia tiene en la agenda de los medios la participación de su público, siendo el personal destacado para poder sustentar y conocer la realidad de cada periódico, así como la de sus lectores.

También se considerará a los lectores de estos medios a través de sus participaciones en los contenidos que se tomaron como referencia para el análisis de la investigación, específicamente la sección de política de cada periódico.

3.3 Presentación de los resultados

Etapas	Descripción
Creación de instrumentos	Se creará una guía de entrevista la cual será redactada en forma de cuestionario, ésta presenta interrogantes que demostrarán los objetivos que se persiguen con la investigación.
Coordinación de visitas	Los investigadores harán una visita a los periódicos digitales Diario1.com y Diario Co Latino previa solicitud hecha a los medios de comunicación.
Administración de instrumentos	Se utilizará una encuesta en la cual consistirá en nueve preguntas abiertas, cerradas y mixtas
Análisis de información	Los datos recopilados a través de las entrevistas se evaluarán con respecto a cada pregunta, obteniendo la importancia que se

	consignó en ella, construyendo una categoría por interrogante, plasmando toda la información en guías tabuladas que facilitarán la evaluación de los datos. Además se utilizan graficas de pastel para sustentar más la investigación, incluyendo a la vez un formato de monitoreo de medios con el único objetivo de medir la participación de los lectores a través de sus comentarios y su incidencia en los temas del medio.
Resultados de la investigación	El resultado de la investigación consistirá en constatar la existencia en la participación de los lectores en los medios de comunicación y su incidencia en la agenda mediática, esto surgirá a través de la encuesta realizada al cuerpo periodístico de ambos medios digitales, que se consignará mediante una tabulación en donde se presentarán los resultados, con número y contenido de la pregunta con su respectiva fuente. Luego de esto se plasmara el análisis e interpretación de los datos.

1-¿Cómo periodista qué opina de los periódicos digitales?

2-¿Considera usted que la creación de los periódicos digitales ha facilitado informarse de forma inmediata a los lectores?

Sí ☐ No ☐

¿Por qué?

3-¿Sabe cuál es el promedio de personas que visitan y opinan en los temas publicados en su edición digital?

4-¿Cómo calificaría los comentarios generados por los lectores en las notas publicadas por su periódico?

Constructivos____ Destructivos____ Sin fundamento ____

Explique:

5-¿La participación de los lectores incide en la estructuración de la agenda mediática?

Sí ☐ No ☐

¿De qué forma?

6-Cómo periodista ¿cuál es el impacto que tiene la participación del lector para elaborar la agenda mediática?

Mucho ☐

Poco ☐

Nada ☐

Porqué

7-¿Qué criterio toma el medio para la decisión de un tema o una noticia?

8-¿Cómo periodista cree que el ciberperiodismo satisface a los lectores?

Sí ☐ No ☐

¿Por qué?

9-¿En qué tipo de noticias se nota más la participación de los lectores

TABULACIÓN DE DATOS OBTENIDOS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.

OBJETIVO: Registrar datos de la participación e incidencia de los lectores en los medios digitales adquiridos de las encuesta que realizamos en ambos medios de comunicación; para efecto de referencia se presentan claves asignando letras del abecedario desde la “A” hasta “J”, correspondiendo de la letra “A” hasta la “E” a los entrevistados del Diario Colatino y de la letra “F” hasta la “J” a los entrevistados del Diario1.com.	
Pregunta 1: ¿Cómo periodista qué opina de los periódicos digitales?	
ENTREVISTADO	RESPUESTA.
A	Son una herramienta efectiva para informar con inmediatez aunque eso a veces riñe con la forma de hacer buen periodismo.
B	Son necesarios dentro de una sociedad de medios además las nuevas tecnologías demandan mayores espacios de información.

C	Es importante para democratizar los medios sin embargo por tener primicias y colocar contenido casi de inmediato a los hechos a veces se cae en problemas de entregar malos datos.
D	Una forma más de comunicación que nos permite la tecnología.
E	Que son una buena herramienta pero no se utiliza de la forma correcta.
F	Son una buena alternativa un campo en constante expansión y que permite hacer más accesible los medios.
G	Es la tendencia con la masificación del internet tendrán a desplazar a los de papel.
H	Son los nuevos puentes que hay que hacerle llegar a la información a los lectores (con acceso a internet) en tiempos que apuntas a la era digital.
I	Son una alternativa informativa donde la información periodística se representa de una manera más dinámica para los lectores.
J	Hay muchos y demasiados de pésima calidad. Muchos ni siquiera pueden llamarse periódicos, hay sin embargo otros muy buenos.
ANÁLISIS	
Son una nueva alternativa para el público lector con acceso al internet, una buena herramienta tecnológica que demanda mayor espacio de comunicación. Para el lector hay mayor facilidad de opinar e informarse por su forma dinámica y rápida de comunicar a comparación del periódico impreso pero hay que	

tomar en cuenta que esta nueva forma no sustituye al periodismo tradicional. Entre los aspectos negativos de algunos periodistas encontramos que existen periódicos que no cumplen con la calidad como medios digitales, pero que más sin embargo son buenos sitios. Otro punto negativo deben superar es de cómo llegarles a los públicos por que no todos tienen acceso a Internet.

Pregunta 2: ¿Considera usted que la creación de los periódicos digitales ha facilitado informarse de forma inmediata a los lectores?

ENTREVISTADO	RESPUESTA.
A	No. Porque no todas las personas tienen un dispositivo en donde informarse.
B	Si, la inmediatez, aunque los filtros en algunos casos no reúnen elementos básicos como constatar fuentes.
C	Si, pues colocan contenidos mínimos después que ocurren los hechos.
D	Sí, es relativo porque depende de quién tienen acceso a internet, aparatos tecnológicos, tiempo etc.
E	Si, por que informan en el momento preciso que suceden los hechos.
F	Si, por la accesibilidad desde cualquier plataforma.
G	Si, mayor uso de internet y redes favorecen esa tendencia.
H	Si, los hechos que suceden ya son noticias muertas horas después, esto tienen que ver con el seguimiento de las redes sociales.

I	Si, por que las personas que hacen uso de las nuevas tecnologías se informan a través de los periódicos digitales.
J	Si, relativamente por que los periódicos digitales se mueven en internet y no toda la población tienen acceso a ella pero quien si tiene lo puede hacer.
ANÁLISIS	
Los periodistas consideran que el periodismo digital permite informar de manera más rápida de un hecho o suceso y el 1% opinó que es relativo porque esta información llega solamente a la población que tiene acceso al internet.	

Pregunta 3: ¿Sabe cuál es el promedio de personas que visitan y opinan en los temas publicados en su edición digital?	
ENTREVISTADO	RESPUESTA.
A	No, porque no manejo esa parte.
B	Un promedio de cuarenta mil es el flujo de visitas al día.
C	Desconozco el dato exacto, pero hay notas que pueden alcanzar los 20 mil lectores
D	Veintidós mil visitas y 50% de comentarios.
E	En promedio diario de lectores es 16 mil.
F	Unos 500 mil diarios.
G	Es variable.

H	Desconozco el dato exacto pero hay notas que pueden alcanzar hasta los veinte mil lectores.
I	Treinta mil diarios, en cuanto a visitas la interacción varía según la noticia.
J	Trabajo en política y como la gente vive de política el promedio quizás sea unos diez mil lectores.
ANÁLISIS	
Co Latino: 16 mil a 40 mil personas diarias de estas el 50% opinan dependiendo del interés de la noticia. Diario 1.com: 3 mil a 30 mil lectores dependiendo de la noticia y la coyuntura del momento. Pese a la información de sus visitas y opiniones del lector en cuanto a porcentajes se puede deducir que los reporteros no manejan a ciencia cierta este dato, lo cual podría denotarse desconocimiento del alcance a su trabajo.	

Pregunta 4: ¿Cómo calificaría los comentarios generados por los lectores en las notas publicadas por su periódico?	
ENTREVISTADO	RESPUESTA.
A	Constructivos, porque a veces dan sugerencias de mejorar las noticias
B	Constructivo , Co latino entra en el espectro alternativo respecto a medios tradicionales
C	Constructivos, en periódicos digitales los lectores no son críticos en nuestras páginas web algunos tienen más criterios.
D	Constructivos, por la posibilidad de los temas tanto a favor

	así como positiva.
E	Constructivo, siempre son comentarios en base al tema.
F	Constructivos, aunque hay cierto sector de Troller que nos hacen más que hacer comentarios fuera del lugar.
G	Destruyitivo, muchos trolles.
H	Sin fundamento, muchos son trolles.
I	Sin fundamento.
J	Sin fundamento, a veces son opiniones atinadas otras son simple comentarios de trolles, en realidad eso no se puede medir fielmente.
ANÁLISIS	
La opinión de los lectores es variada, ya que se encuentra todo tipo de comentarios entre ellos algunos enriquecen a la noticia, como también una serie de troller que no abonan en su contenido.	

Pregunta 5: ¿La participación de los lectores incide en la estructuración de la agenda mediática?	
ENTREVISTADO	RESPUESTA.
A	No, porque cada medio tienen su agenda mediática mediante su política.
B	No, en ningún medio el lector define agenda.

C	Sí, hay temas de interés que no podemos negar a nuestros lectores.
D	Si, en los temas por la línea ideológica del medio por su simpatía de por qué lo lee.
E	Sí, siempre están actualizados con el tema.
F	No,
G	No.
H	Si, cuando hay información que sirve para iniciar la investigación de un tema lo es.
I	Si, a veces el público lector pide cierto tema que se termina incluyendo en la agenda.
J	Si, se les toma en cuenta, incluso algunos lectores envían sugerencias a través del correo o en Facebook.
ANÁLISIS	
La opinión de los lectores son tomadas en cuenta en alguna medida a raíz de algunos comentarios se han realizado investigaciones de "X" temas a otros periodistas que se limitan a opinar al respecto.	

Pregunta 6: Cómo periodista ¿cuál es el impacto que tiene la participación del lector para elaborar la agenda mediática?	
ENTREVISTADO	RESPUESTA.
A	Poco, hasta cierto punto el medio es el que forma la opinión del lector algo que no tiene el control de este

	último.
B	Nada,
C	Poco también nuestra línea editorial es clara y mientras los lectores nos buscan por eso mismo.
D	Mucho, porque hay una facilidad de que ellos se manifiesten a través de su medio.
E	Mucho, por ser un medio que se identifica con la población.
F	Poco, porque particularmente se usa para la opinión o medición de redes sociales.
G	Poco.
H	Poco, como lo dije antes tienen impacto cuando dicen información que puede dar pie a una investigación.
I	Mucho, porque los periódicos buscamos la historia que son de interés a los lectores.
J	Poco en realidad es poca por que el lector no puede sugerir pero cuando lo hace puede influir siempre que sea sensato.
ANÁLISIS	
Los lectores tienen poca incidencia en la agenda mediática, para un porcentaje mínimo tienen mucha participación pero no la decisión de los temas.	

Pregunta 7: ¿Qué criterio toma el medio para la decisión de un tema o una

noticia?	
ENTREVISTADO	RESPUESTA.
A	Depende de su línea editorial si es un medio que tira más a un pensamiento conservador se va más por un criterio conservador.
B	La coyuntura demanda una postura ante un hecho noticioso se valora el interés y el contenido.
C	Relevancia e interés para la nación.
D	El criterio apegado a la conciencia porque no está considerada la información como una mercadería, si no como un derecho.
E	Es el mismo de edición impresa.
F	La inmediatez, la relevancia para nuestro lector la cercanía, los intereses previamente identificados.
G	Interés público.
H	El criterio de un periodista es reconocer cuando la información es de peso y que debe publicarse con un enfoque claro confirmando una hipótesis.
I	Que tenga impacto y aceptación con el lector.
J	Meramente periodístico, proveemos el impacto y la importancia para los lectores la información ayuda a tomar decisiones correctas.
ANÁLISIS	

El periódico sostiene que para publicar una noticia debe contar con el impacto, el interés y la aceptación que este vaya a tener en el público lector, esta decisión es tomada por el director del periódico, el editor y el periodista. Así como a la línea editorial y al interés del medio, se valora lo que la etapa coyuntural demanda.

Pregunta 8: ¿Cómo periodista cree que el ciberperiodismo satisface a los lectores?

ENTREVISTADO	RESPUESTA.
A	No, porque esa misma inmediatez no se responde a veces las preguntas básicas del periodismo y si se hace no se profundiza en el hecho.
B	Si, por la inmediatez y el flujo informativo pero muchas veces carece de filtros de edición.
C	No, la rapidez evita que se investigue más sobre el tema y la edición impresa no puede ser sustituida por lo digital.
D	Si, por que ya se nota la afluencia que hay en los distintos órganos de difusión creados.
E	Si, por que están actualizados
F	Si, por que da más elementos que no dan las personas y la posibilidad de ser partícipe de la noticia
G	Si, muchos están cansados de medios tradicionales.

H	No, porque aún existen medios que no hacen su trabajo con seriedad y se dedican a subir información “basura” poco constructiva.
I	Si, aunque es relativo, no siempre los periódicos digitales satisfacen a los lectores.
J	No opinó
ANÁLISIS	
Con respecto a la pregunta realizada a los entrevistados existe una opinión muy dividida en la cual unos opinan que si se satisface la opinión de los lectores mientras que la otra parte es del criterio que no lo logra satisfacer incluso uno de ellos hace el señalamiento que esto se debe a la falta de seriedad de algunos medios.	

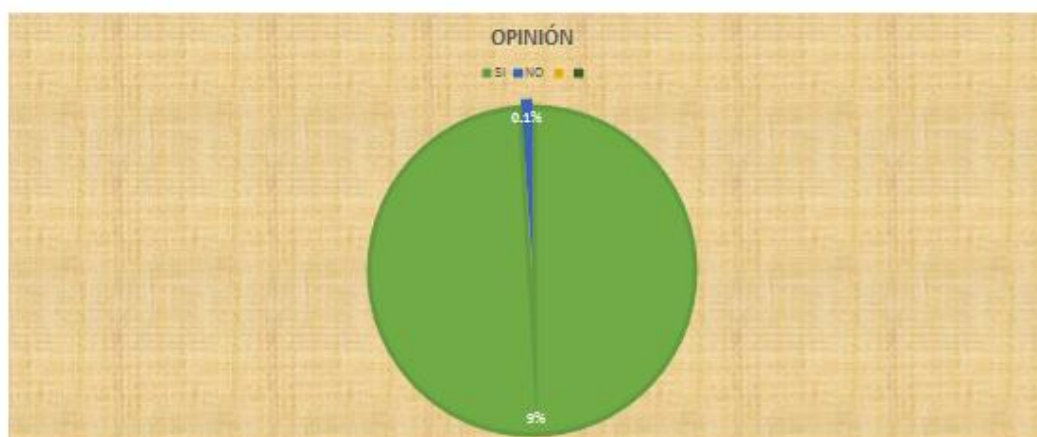
Pregunta 9: ¿En qué tipo de noticias se nota más la participación de los lectores?	
ENTREVISTADO	RESPUESTA.
A	En los periódicos digitales se nota más la noticia del morbo ahí es donde se nota más la palpitación de la gente
B	Política economía y seguridad.
C	Políticos y sociales.
D	En temas políticos hay más debate.
E	En los de interés ciudadano.

F	En las que nos afectan directamente.
G	Política.
H	Políticas.
I	Sucesos y política.
J	No opinó
ANÁLISIS	
En la secciones de política y social es donde se nota más la participación al igual que la opinión de los lectores.	

3.4 Gráficas

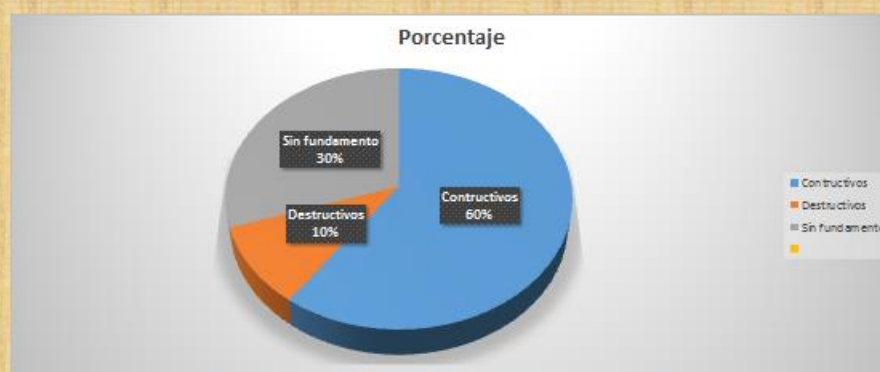
2. ¿Considera usted que la creación de los periódicos digitales ha facilitado informarse de forma inmediata a los lectores ?

Los periodistas consideran que el periodismo digital permite informar de manera mas rápida de un hecho o suceso y el 1% opinó que es relativo por que esta información llega solamente a la población que tiene acceso al internet



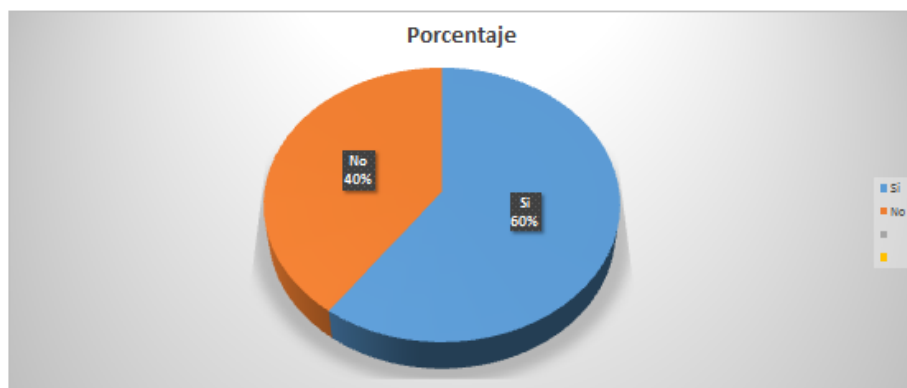
4. ¿Cómo calificaría los comentarios generados por los lectores en las notas publicadas por su periódico?

La opinión de los lectores es variada ya que se encuentra todo tipo de comentarios y entre ellos algunos enriquecen a la noticia, como también una serie de trolleer que no abonan a la noticia.



5. ¿La participación de los lectores incide en la estructuración de la agenda mediática?

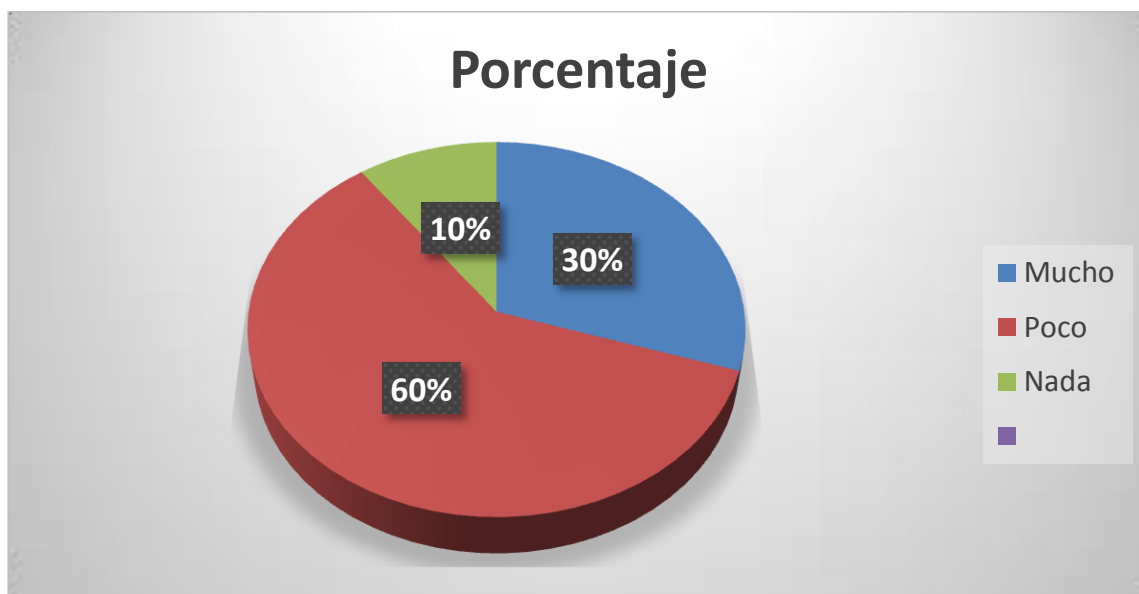
La opinión de los lectores son tomadas en cuenta de alguna medida a raíz de algunos comentarios se han realizado investigaciones y otros periodistas se limitan a opinar al respecto.



PREGUNTA 6

Como periodista ¿Cuál es el impacto que tiene la participación del lector para elaborar la agenda mediática?

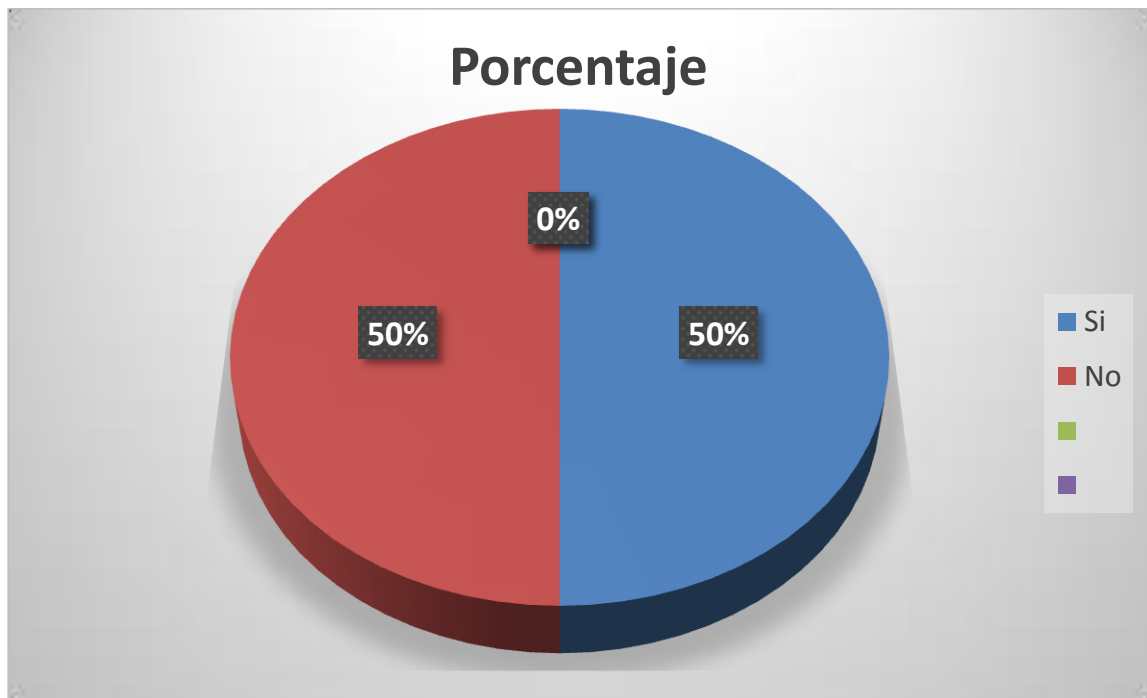
Los lectores tienen poca participación en la agenda mediática, ya que quien determina al final la decisión de los temas es el medio de comunicación. Pese a que



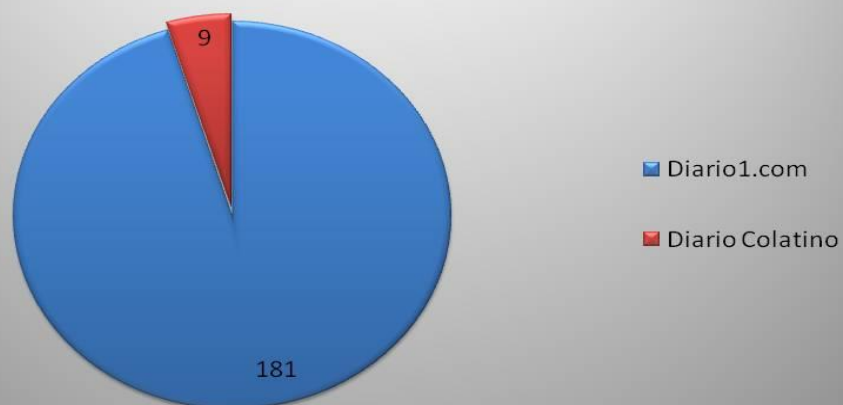
PREGUNTA 7

¿Como periodista cree que el ciberperiodismo satisface a los lectores?

Existe una posición muy dividida por parte de los encuestados con un 50% y 50% en la que un porcentaje opina que si se satisface a los lectores mientras que el otro es del criterio que no se logra satisfacer a la audiencia. En una ocasión por que se cae en la seriedad de algunos medios.



Resultado de participación de comentarios y opiniones por el lector.



3.5 Cuadro de monitoreo y participación los lectores

Titular	N° de comentarios	Tipo de comentario	Captura	Fuente	Fecha
“Romero Mártir” lema de campaña de beatificación	3	Opinión		www.diariocolatino.com/rome-ro-martir-lema-de-campaña-de-beatificacion/	15/04/15
Autoridades de Seguridad informan sobre traslado de reos vinculados a atentados a instituciones	0	-		www.diariocolatino.com/autoridades-de-seguridad-informan-sobre-traslado-de-reos-vinculados-a-atentados-a-instituciones/	16/04/15

				instituciones /	
Ministro de defensa pondrá a disposición tres batallones para seguridad	3	Opi nión		www.diariolatino.com/ministro-de-defensa-pondra-a-disposicion-tres-batallones-para-seguridad/	17/04/15

“No es nada fácil volver a contar voto por voto” ex magistrado CSJ Ulices del Dios Guzman	1	Opi nión		www.diariocolatino.com/no-es-nada-facil-volver-a-contar-voto-por-voto-ex-magistrado-csj-ulices-del-dios-guzman/	18/04/15
Hay que seguir el ejemplo de denuncia y perdón como lo hizo Pedro y Monseñor Romero, Mauricio Merino	1	Opi nión		www.diariocolatino.com/hay-que-seguir-el-ejemplo-de-denuncia-y-perdon-como-lo-hizo-pedro-y-monseñor-romero-mauricio-merino/	19/04/15

ARENA busca desgastar políticamente al gobierno del FMLN con el tema de veteranos	0	-	www.diariocolatino.com/arena-busca-desgastar-politicamente-al-gobierno-del-fmln-con-el-tema-de-veteranos/  ARENA busca desgastar políticamente al gobierno del FMLN con el tema de veteranos	www.diariocolatino.com/arena-busca-desgastar-politicamente-al-gobierno-del-fmln-con-el-tema-de-veteranos/	20/04/15
Vicepresidente Ortiz anuncia nuevo centro integrado de inteligente	1	Opinión	www.diariocolatino.com/vicepresidente-ortiz-anuncia-nuevo-centro-integrado-de-inteligencia/  Vicepresidente Ortiz anuncia nuevo Centro Integrado de Inteligencia Ver más Compartir Comentarios Vicepresidente-ortiz-anuncia-nuevo-centro-integrado-de-inteligencia/#comments Comentarios Internacionales Deportes Espectáculos Municipalismo Tecnología Especiales Rodriguez politicas 19 mayo, 2015 Un comentario Jorge A. 21 abril, 2015 de 11:50 AM Qué bueno. Esas declaraciones son esperanzadoras, esperamos que sean reales y efectivas. El combate a la delincuencia debe ser total y mediante el uso de todos los recursos necesarios, incluyendo la tecnología como los drones, para efectos de vigilancia sobre las áreas conflictivas. Ver en este link algunos modelos y precios, que resultan económicos: http://blog.rpp.com.pe/mundomovil/2014/07/31/dos-cuatro-mejores-drones-que-puedes-comprar-facilmente/ La helicópteros podrían ser utilizados en acciones de emergencia cuando sea necesario. Responder	www.diariocolatino.com/vicepresidente-ortiz-anuncia-nuevo-centro-integrado-de-inteligencia/	21/04/15

Gobierno entrega paquetes agrícolas en San Rafael Cedros	0	-	www.diariolatino.com/gobierno-entrega-paquetes-agricolas-en-san-rafael-cedros/  Salvador Sánchez Cerón, presidente de la república, junto a Cruz Bonilla, quien no evita los gastos excesivos al recibir su paquete agrícola en San Rafael Cedros, Cuscatlan. Foto: Blanco Co Laitino Gobierno entrega paquetes agrícolas en San Rafael Cedros Publicado por: Administrador · 22 abril, 2015 · en Nacionales · Deja un comentario	www.diariolatino.com/gobierno-entrega-paquetes-agricolas-en-san-rafael-cedros/	22/04/15
Medardo Gonzales, Norma Guevara y Lorena Peña entre propuestas para designados presidenciales	0	-	www.diariolatino.com/medardo-gonzales-norma-guevara-y-lorena-pena-entre-propuestas-para-designados-presidenciales  Temas para designados o designados a la Presidencia: Amalia, José Luis Merino, Santiago Flores y Medardo González. Also: Lourdes Peñero, Lorena Peña y Norma Guevara. Foto: Blanco Co Laitino Medardo González, Norma Guevara y Lorena Peña entre propuestas para designados presidenciales Publicado por: Administrador · 23 abril, 2015 · en Nacionales, Política · Deja un comentario	www.diariolatino.com/medardo-gonzales-normaquevarra-y-lorena-pena-propuestas-para-designados-presidenciales/	23/04/15

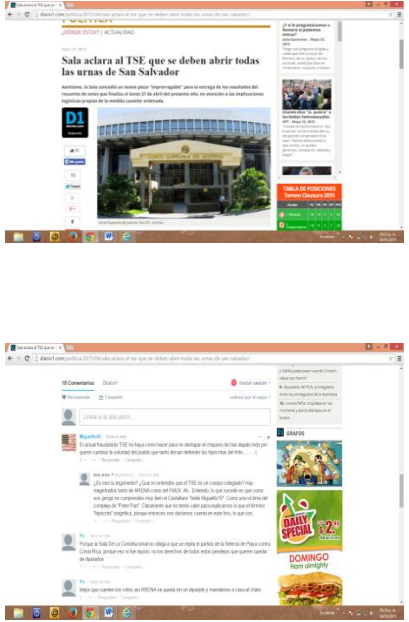
En segunda votación, congreso aprueba bonos por \$900 millones	0	-		www.diarioclatino.com/en-segunda-votacion-congreso-aprueba-bonos-por-\$900-millones/	24/04/15
Vicepresidente plantea capacitar a jóvenes en segundo idioma	1	Opi nión		www.diarioclatino.com/vicepresidente-plantea-capacitar-a-juvenes-en-segundo-idioma/	25/04/15

FMLN trabaja para que próxima semana se aprueben más de \$300 millones en prestamos	0	-		www.diariocolatino.com/fmln-trabaja-para-que-proxima-semana-se-aprueben-mas-de-300-millones-en-prestamos/	26/04/15
ANEP y ARENA bloquean préstamos destinados al combate y prevención de la delincuencia	1	Opinión	 latino.com/anep-y-arena-bloquean-prestamos-destinados-al-combate-y-prevencion-de-la Nacionales Internacionales Deportes Espectáculos Municipalismo Tecnología Especiales Mensajero Cosmico 27 abril, 2015 de 6:46 PM Así es, el problema mas grande que tenemos, LA VIOLENCIA... que se ha generado y creciendo desde hace mas de dos décadas. He venido estudiando tal fenómeno y a mucha juventud que se ha involucrado, siendo una subcultura que por naturaleza incluyen un estadio moral bajo, sobre todo un rechazo a las normas de convivencia establecidas, a este problema ya no se le puede ver con indiferencia, lo que para ellos (organizaciones delictivas) es bueno para la sociedad que creemos en valores humanos y espirituales es una aberración, para resumir: Son mentes Criminales (MAC) y no niños/as como se mantuvo en el pasado. Y ahora que veo una luz en el túnel de esta tragedia, La ANEP y ARENA, están bloqueando el esfuerzo que esta siendo el presente gobierno, lastima que ellos no ven este problema desde el punto de vista Psicosocial, si no Político, y esa reguera también les pasara la factura en estos días. Si bloquean este plan estaré mas convencido que detrás hay otros intereses. Responder	www.diariocolatino.com/anep-y-arena-bloquean-prestamos-destinados-al-combate-y-prevencion-de-la-delincuencia/	27/04/15

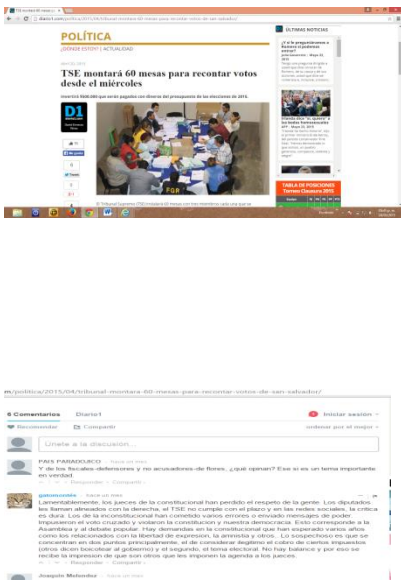
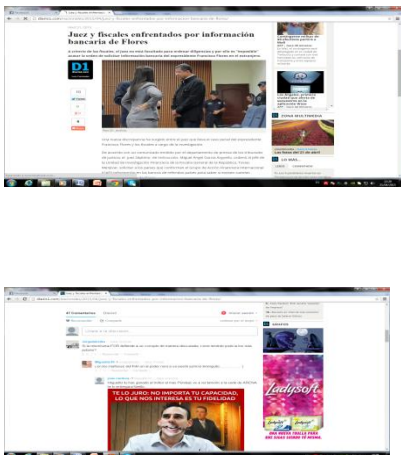
Magistrados entregan informe a Sala de lo Constitucional	0	-		www.diariocolatino.com/magistrados-entregan-imforme-a-sala-de-lo-constitucional/	28/04/15
Asamblea Legislativa aprueba préstamo por 144.8 millones	0	-		www.diariocolatino.com/asamblea-legislativa-aprueba-prestamo-por-144-8-millones/	29/04/15
Partidos políticos enfrentarán de manera conjunta resolución CSJ	1	Opinión		www.diariocolatino.com/partidos-politicos-enfrentaran-de-manera-conjunta-resolucion-csj/	30/04/15

					
--	--	--	--	--	--

Titular	N° de comentarios	Tipo de comentario	Captura	Fuente	Fecha
Diputados de San Salvador con credenciales provisionales	5	Opinión		www.diario1.com/2015/04/diputados-de-san-salvador-con-credencial-provisional-s/	15/04/15

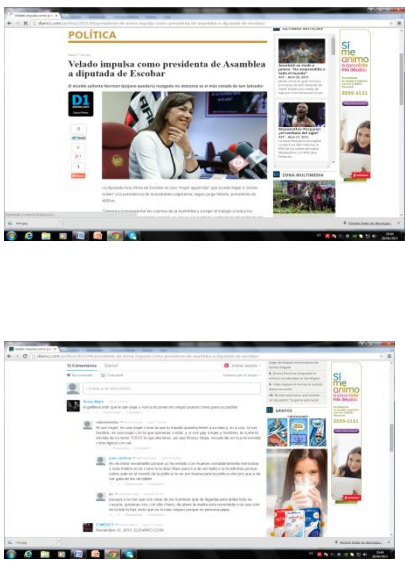
Alejandro Muyshondt concilia con motorista y es sobreseído de cargos	0	-		www.diario1.com/nacionales/2015/04/alejandro-muyshondt-concilia-con-motorista-y-es-sobreseido-de-cargos//	16/04/15
Sala aclara a TSE que se deben abrir todas las urnas de San Salvador	15	opinión		www.diario1.com/politica/2015/04/sala-aclara-a-tse-que-se-deben-abrir-todas-las-urnas-de-sa-salvador/	17/04/15

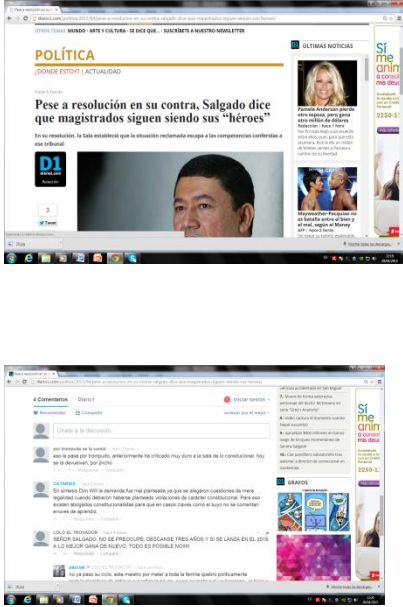
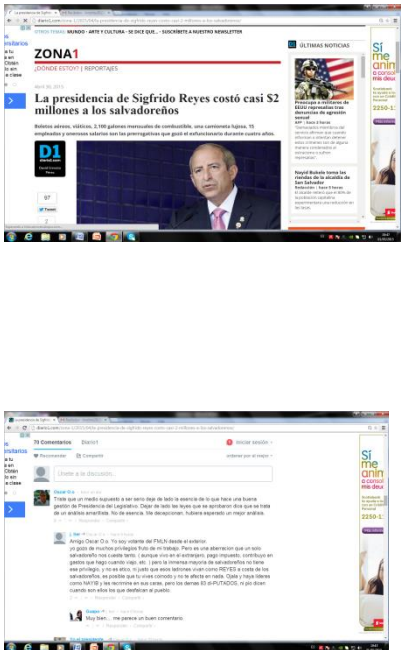
Milena calderón de Escalón” El país va a caer en una situación de insolvencia	1	Opinión	 	www.diario1.com/2015/04/milena-calderon-de-escalon-el-pais-va-a-caer-en-una-situacion-de-insolvencia/	18/04/15
Milena calderón de Escalón” El país va a caer en una situación de insolvencia	1	Opinión	 	www.diario1.com/2015/04/milena-calderon-de-escalon-el-pais-va-a-caer-en-una-situacion-de-insolvencia/	19/04/15

TSE mostrará 60 mesas para recontar votos desde el miércoles	6	Opinión y sugerencia		www.diario1.com/politica/2915/04/tribunal-montara-60-mesas-para-recontar-votos-de-san-salvador/	20/04/15
Juez y fiscales enfrentados por información bancaria de Flores	47	Opinión y sugerencia		www.diario1.com/nacionales/2015/04/04/juez-y-fiscales-enfrentados-por-informacion-bancaria-de-flores/	21/04/15

Si Asamblea se instalara con 60 diputados ¿Quiénes tendrían la mayoría?	8	opinión y sugerencia		www.diario1.com/politica/2015/04/si-asamblea-se-instalara-con-60-diputados-quienes-tendrian-la-mayoria/	22/04/15
Extienden a cinco años periodos de diputados y alcaldes	0	-		www.diario1.com/politica/2015/04/asamblea-extiende-a-cinco-años-periodos-de-diputados-y-alcaldes/	23/04/15
A la zaga partidos de ex candidatos que impugnaron las elecciones	3	opinión		www.diario1.com/politica/2015/04/a-la-zaga-partidos-de-ex-candidatos-que-impugnaron-las-elecciones	24/04/15

				<u>s/</u>	
El diputado que verá instalación de nueva asamblea desde la cárcel	0	-		<u>www.diari1.com/nacionales/2015/04/el-diputado-que-vera-instalacion-de-nueva-asamblea-desde-la-carcel/</u>	25/04/15
Con 13.82 de avance, TSE suspende recuento de votos para que descanse el personal	3	Opinión	 	<u>www.diario1.com/politica/2015/04/tse-suspendera-recuento-de-votos-al-mediodia-de-este-domingo/</u>	26/04/15

Iniciativa pide al TSE encargarse de aspectos de justicia electoral	1	Opinión		www.diario1.com/politica/2015/04/iniciativa-pide-al-tse-encargarse-de-aspectos-de-justicia-electoral/	27/04/15
Velado impulsa como presidenta de Asamblea a diputada de Escobar	12	Opinión		www.diario1.com/politica/2015/04/pr-esidente-de-arena-impulsa-como-presidenta-de-la-asamblea-a-diputada-de-escobar/	28/04/15

Pase a resolución en contra, Salgado dice que magistrados siguen siendo sus “héroes”	4	Opinión		www.diario1.com/politica/2015/04/pese-a-resolucion-en-su-contra-salgado-dice-que-magistrados-siguen-siendo-sus-heroes/	29/04/15
La presidencia de Sigfrido Reyes costo casi \$2 millones a los salvadoreños	70	Opinión		www.diario1.com/zona1/2015/04/la-presidencia-de-sigfrido-reyes-costó-casi-2-millones-a-los-salvadoreños/s/	30/04/15

ANÁLISIS

En conclusión en el monitoreo hecho a ambos medios se determinó que la participación de los lectores se basa en opiniones y no en la totalidad sugerencias hechas al medio que le permita incidir en la agenda mediática por medio de sus comentarios. Entre lo encontrado se percibió que existen opiniones constructivas, destructivas, como otras participaciones que no abonan a la noticia.

De igual forma se concluyó que en los dos periódicos si existe participación por parte del usuario, pero que depende de factores como el interés en la noticia, así como la simpatía que el público tenga con relación a la línea editorial del medio, es decir para quien escribe. Por ejemplo Diario Co Latino que su inclinación va hacia un sector de ideología de izquierda. Cuando radicalmente se presencia un campo donde existen más medios de derecha y que son de preferencia para quien los lee.

Por tal razón y en términos de datos se finalizó sustentando que Diario1.como tuvo entre el periodo del 15 al 30 de Abril 181 comentarios y Diario CoLatino 9 en la sección de política, tomando como referencia una noticia por día.

3.6 Las Redes Sociales

Según observación y análisis en la versión digital de Diario1.com así como Co Latino.com en el mismo periodo señalado anteriormente en la versión digital.

Se contempló que las redes sociales se han convertido en una herramienta clave al igual que una ayuda para los periódicos digitales, así como para el resto de medios de comunicación.

Realmente las redes sociales han revolucionado la forma de comunicarnos, encontrar y difundir información. Acciones que los periodistas realizan constantemente, por lo que no es de extrañar que constituyan una herramienta de trabajo cada vez más importante.

Las redes sociales permiten informar de manera instantánea desde lugar de los hechos y acontecimientos, es decir casi inmediato de lo que suscita, tanto que la televisión, algunas radios también han adoptado las redes sociales para informar el público. Por supuesto como manifiestan algún periodista de Diario 1.com y Co latino que las redes para la TV y la radio no son tan elementales como para estos periódicos.

Si bien es cierto que las redes sociales informan constantemente de un hecho o suceso de la manera más rápida; el uso de las redes requiere de mucha dedicación, tiempo y espacio por parte de los medios digitales, de igual forma

del periodista que debe de contrastar la información obtenida, para este poder ser publicada y estar retroalimentando a los lectores.

Y ello depende también del tipo de comentarios que las audiencias emitan, ya que valoran la calidad pero sobre todo el trabajo realizado por el periodista que cubre los hechos.

En la cuenta de Facebook de Diario1.com por ejemplo se observó una numerosa participación de comentarios positivo y negativo, al igual que otros fuera de contexto de lo que el periodista investigo.

Como lo es el caso de Troller que implican personas pagadas y reales, que solo buscan provocar internacionalmente al usuario, lector o un determinado grupo.

Para ello citamos el ejemplo de la anterior elección de alcaldes y diputados, en donde los grupos o partidos políticos fueron atacados por detractores, así como diferentes simpatizantes que en su lucha por defender su posición ideológica hacían de todo para denotarlo, creando cuentas falsas o recibiendo algún remuneración por parte de un contrincantes para desprestigiar al otro competidor, en lo que conocemos como " sacarse los trapos al sol".

Otra realidad distinta es el de Diario CoLatino.com en el que es mínimo ver un comentario que abone o enriquezca las notas publicadas por dicho medio.

Entre un apartado a lo anterior se concluye que un aspecto importante a mencionar y como punto a favor de quienes visitan o se informan a través de las redes sociales, es que hoy el lector tiene un mayor protagonismo de convertirse en periodistas ciudadanos por medio de información que este decida compartir con el medio, hechos que muchas veces se escapan del alcance por parte de los periodistas, por su nivel de importancia que esta información pueda tener.

Por ejemplo un denuncia ciudadana, en la que no todos los medios de comunicación tienen la capacidad de cubrir por la inmensidad de territorio y la cantidad de quejas que puedan existir, pero que los llamados periodista ciudadanos lo pueden difundir al medio a través de su dispositivo móvil; tomándole una foto y agregándole una breve descripción de un hecho que se convierte en noticia; la cual el medio puede decidir retomarla para compartirla con sus seguidores, convirtiéndose en un suceso público.

En conclusión las redes sociales se han convertido un agregado a los medios tradicionales para mantener informadas a las audiencias de lo último que se suscita y en donde los periodistas están comprometidos con llevarle la información al lector

Capítulo IV Conclusiones y recomendaciones

4.1 Conclusiones

Como resultado de la investigación de la temática denominada la participación de los lectores en los medios salvadoreños y su incidencia en la agenda mediática y ante el análisis realizado de los resultados obtenidos de las entrevistas llevadas a cabo, es posible efectuar una serie de conclusiones, las que a continuación se plantean:

- Existe mucha participación de los lectores en los medios digitales, como una muestra del avance en el estilo de mantenerse informado. Ya que en la versión impresa no se cuenta con esta facilidad de participar casi de inmediato.
- La calidad determinada de los comentarios es variable, pese a que se concluyó que en su mayoría son constructivos, no descartando un mínimo porcentaje de Trolles, quienes solo provocan intencionalmente a los usuarios o lectores.
- Que la creación de los periódicos digitales ha sido de gran avance para democratizar la información, una forma y herramienta de comunicación para informar de manera más rápida e inmediata a las audiencias. Ya que en la actualidad existe una diversidad de periódicos digitales para informarse.

- El uso y participación de los lectores no incide en la estructuración de la agenda mediática, sino que crea un interés al medio de lo que el público quiere ver, oír o escuchar. Desde la perspectiva que el medio es quien determina los temas de la agenda mediática.
- Los criterios que el medio toma para la decisión de un tema o una noticia se basa en su régimen ideológico y de interés que el medio persigue. Ya que quien crea la opinión de los lectores es el medio y no su audiencia.
- Para los periodistas los medios digitales satisfacen a los lectores porque están actualizados con lo último en el acontecer, así como el flujo de noticias para quien tiene acceso a Internet o un dispositivo móvil.
- Que con las herramientas que se tiene con la tecnología, el medio tiene la facilidad de actualizar la noticia conforme a la información que se va generando, por lo que la audiencia actualizando de lo último que acontece.
- Se determinó que las secciones en las que existe mayor participación del usuario son política y social.

4.2 Recomendaciones

A consecuencia de las conclusiones a las cuales se ha llegado y siendo propositivos, en este apartado se plantea una serie de recomendaciones a efecto de dar solución al problema de la participación de sus lectores así como la incidencia que estos tienen en la agenda mediática, las cuales se plasman a continuación:

- A que se creen mayores espacios de comunicaciones dentro de las páginas web en donde el lector haga propuestas de temas a investigar y que son de interés para la población.
- Promover que la incidencia del lector tenga más impacto dentro de la línea editorial del medio, respetando las partes del interés que el periódico digital persiga, pero cumpliéndole también a su audiencia.
- Preocuparse por conocer lo que el usuario necesita en cuanto a información o sugerencias que este haga, para que se le dé un mayor protagonismo en el medio así como en la información que se publique
- Hacer que la participación de los lectores sea cada vez más de forma interactiva en donde este abone más a los temas, para ello se recomienda ofrecer contenidos de mayor calidad para el visitante.
- Superar el vacío de investigación por parte de los periodistas al publicar las notas, para entregar una buena noticia en la que las fuentes sustenten y

enriquezcan el trabajo realizado por el periodista. Haciendo énfasis en que el lector espera un buen trabajo realizado por el mismo.

- Establecer una iniciativa en la que se incite al usuario estar apegado y en conjunto con el medio para mantener una buena relación así como esa preferencia hacia el periódico digital.
- Contribuir a que en las secciones en donde existe poca participación se conviertan en contenido de más interés como las demás. Publicando información que sea de más interés para el público, como notas que despierten el morbo del usuario.

Referencias

Rost, Alejandro. (2003). *El periodismo digital: características de un nuevo medio*. Recuperado de <http://red-accion.uncoma.edu.ar/asignaturas/pd.htm>

El nuevo diario.com.ni. *El periodismo y las redes sociales*. Recuperado de <http://www.elnuevodiario.com.ni/opinion/281183-periodismo-redes-sociales/>

Klein, Darío. (2001). *El papel de periodismo de investigación en la sociedad democrática*. Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/art202.htm>

Leyva Muños, Paulina. (2001). *Hay que reinventar el concepto de la noticia*. Recuperado de www.saladeprensa.org/art247.htm

Navarro, Lizy. (2001). *Los periódicos on line: sus características, sus periodistas y sus lectores*. Recuperado de <http://www.saladeprensa.org/>

Periodismo digital: la participación de los lectores en el medio. Recuperado de <https://interactivacav.wordpress.com/category/la-participacion-del-lector-en-el-medio/>

Periodismo tradicional y Periodismo Digital: ¿complemento o lucha?. Recuperado de <http://simplementeflorencia.blogspot.com/2011/09/periodismo-tradicional-y-periodismo.html>

Periodismo-digital-vs-periodismo.html. Recuperado de <http://eradigitaluces.blogspot.com/2011/11>

Periodismo-digital-vs-periodismo-tradicional. Recuperado de <http://revistashorizontal.com/>

Periodismo digital. Recuperado de https://es.wikipedia.org/wiki/Periodismo_digital

Ruiz, Encarna. (2011). *El periodismo digital: la revolución de los contenidos.* Recuperado de <http://www.esdi.url.edu./content/pdf/el-periodismo-digital.pdf>

Universidad de Navarra: *como utilizan los periodistas las redes sociales.* Recuperado de <http://www.puromarketing.com/16/22067/como-utilizan-periodistas-redes-sociales.html>

Vargas, Esther. (2009). *¿Conocen los medios al nuevo lector?.* Recuperado de <http://saladeprensa.org/atr838.htm>

ANEXO

Formato de monitoreo.

Titular: TSE pedirá prórroga hasta el 21 de Mayo para recomtar votos

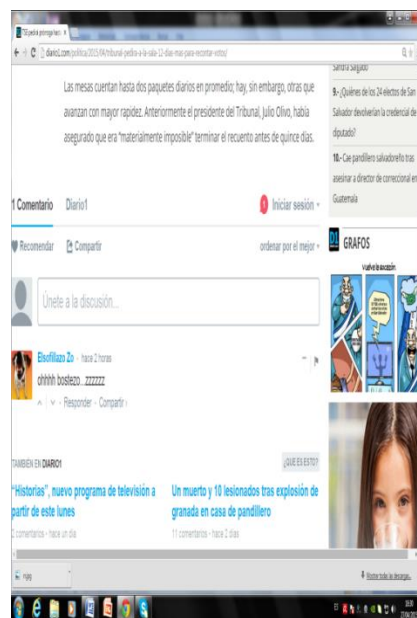
Número de Comentarios: 3

Tipo de comentario: Opinión

Fuente: www.diario1.com/politica/2015/04/a-la-zaga-partidos-de-ex-candidatos-que-impugnaron-laselecciones/

Fecha: 24 de Abril de 2015

Capturas:



ANEXO 2

Titular: Ministro de defensa pondrá a disposición tres batallones para seguridad

Número de Comentarios: 3

Tipo de comentario: Opinión

Fuente: www.diariocolatino.com/ministro-de-defensa-pondra-a-dispocion-tres-batallones-para-seguridad/

Fecha: 17 de Abril de 2015

Capturas:

