

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA TÉCNICO EN PERIODISMO



TEMA:

EL PERIODISTA MULTIMEDIA: SITUACIÓN ACTUAL EN EL SALVADOR
RESPECTO AL MANEJO DE RECURSOS TECNOLÓGICOS PARA LA
PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS.

TRABAJO DE GRADUACIÓN PRESENTADO POR:

RUTH ELIZABETH BORJA LÓPEZ

FÁTIMA GRISELDA MÁRTIR HERNÁNDEZ

GISELLE GUADALUPE ROQUE MÉNDEZ

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN PERIODISMO

SEPTIEMBRE, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

PÁGINA DE AUTORIDADES

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ
RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA ROMERO
VICERRECTOR ACADÉMICO

LICDA. ANA ARELY VILLALTA DE PARADA
DECANA

JURADO EXAMINADOR

LIC. CARLOS MARIO MÁRQUEZ MEDRANO
PRESIDENTE

LICDA. MORENA LIDIA AZUCENA MAYORGA DE RIVAS
PRIMER VOCAL

LIC. FRANCISCO ELÍAS VALENCIA SORIANO
SEGUNDO VOCAL

SEPTIEMBRE, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA

ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:
Licda. Morena Lidia Azucena Mayorga de Rivas, Lic. Francisco Elías Valencia Soriano,
Lic. Carlos Mario Márquez Medrano, a las 6:00p.m. del día Miércoles diecinueve de
Junio de dos mil diecinueve.

Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LAS ALUMNAS:

<u>1-Ruth Elizabeth Borja López</u>	<u>Carnet 36-0728-2016</u>
<u>2-Fátima Griselda Mártir Hernández</u>	<u>Carnet 36-5228-2016</u>
<u>3-Giselle Guadalupe Roque Méndez</u>	<u>Carnet 36-2198-2013</u>

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:
"El periodista multimedia: situación actual en El Salvador respecto al manejo de
recursos tecnológicos para la producción de contenidos"

PARA OPTAR AL GRADO DE:

TÉCNICO EN PERIODISMO

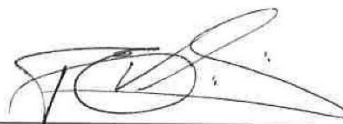
Y DEL CUAL TAMBIEN EVALUARON LOS CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TEMA DEL MISMO, POR LO QUE ESTE JURADO RESUELVE DECLARAR EL EXAMEN COMO:

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

San Salvador, diecinueve de Junio de dos mil diecinueve.

F. 
PRIMER VOCAL

Licda. Morena Lidia Azucena Mayorga de Rivas

F. 
SEGUNDO VOCAL

Lic. Francisco Elías Valencia Soriano

F. 
PRESIDENTE DEL JURADO
Lic. Carlos Mario Márquez Medrano

Dedicado a:

Quiero agradecer a **Dios** porque su infinita bondad no tiene fin. Para mí, este trabajo es una bendición muy grande en mi vida y es gracias a Él que he podido cumplir esta meta.

Gracias a la **Universidad Tecnológica de El Salvador**, por permitir formarme en cada una de sus aulas. Gracias también a mis docentes, en especial a nuestro asesor, Francisco Valencia, por todas sus enseñanzas.

Gracias a **mis padres Manuel y Elisa** que han sido mi principal motor de inspiración para concretar mis sueños. Gracias por acompañarme durante mis desvelos y por creer que yo sí puedo cumplir lo que me propongo

Gracias a **mi hermana Ligia Borja** y a **mi madrina Gladis Lovo** porque siempre estuvieron dispuestas a apoyarme en mis estudios pagando mis cuotas universitarias. Este logro también es de ustedes.

Gracias a **mi novio** por entenderme en todo momento, por ser mi apoyo incondicional y siempre estar ahí para mí cuando yo más lo necesitaba. Por darme siempre esas palabras para que no dejara de creer en mí, te amo.

Y gracias a toda **mi familia y amigos** por apoyarme en todos mis proyectos y por siempre creer en mí.

A todos muchas gracias y que Dios los bendiga.

Ruth Elizabeth Borja López

Dedicado a:

Primeramente, quiero agradecer a Dios todopoderoso por permitirme culminar mi carrera, posteriormente a la Universidad Tecnológica de El Salvador por abrirme las puertas en su seno científico para poder estudiar mi carrera así también a los diferentes docentes que brindaron sus conocimientos y su apoyo para seguir adelante día a día.

También le dedico este logro a mi familia, a mi madre Delmy Elizabeth de Mártir quien ha sido el pilar más importante en mi vida, mi fuente de motivación e inspiración para poder superarme cada día, mi apoyado incondicional durante todo el proceso.

A mi padre Salvador Oswaldo Mártir por creer en mí y brindarme su apoyo, a mi abuela Blanca Solano por su apoyo por sus palabras de aliento y consejos para seguir adelante, a mi hermana Yanci Alexandra por estar presente durante todo el proceso, a mi hermana Tatiana Mártir por su apoyo, amor, comprensión y cariño durante todo el trayecto. A doña Adelina Hernández por el apoyo económico durante mis años de estudio, a mi abuela Lidia Mártir, aunque no logro verme culminar mis estudios sus canas fueron sinónimo de sabiduría y me enseñó cosas que me han encaminado por el buen sendero.

A quienes sin esperar nada a cambio compartieron sus conocimientos alegrías y tristezas durante toda la preparación académica.

Fátima Griselda Mártir Hernández.

Dedicado a: Mis Padres

Agradezco primeramente a Dios y a mis padres por toda la ayuda que me han dado, a mi familia, novio, amigos que ellos siempre han estado para apoyarme cuando yo pensaba que ya no podía más, y no había solución al recibir sus consejos y motivación de seguir adelante.

A pesar de las envidias, problemas, falta de economía, sacrificio que a veces no había qué comer, muchas veces tristezas que solo una persona puede llevar sin decirle a nadie, pero nunca perdí la confianza en Dios.

Junto a mi familia y sus oraciones pude llegar a graduarme poniendo de mi parte para en un futuro poder lograr los sueños que tengo para mi vida y darle una mejor vida a mi familia, mejor de lo que es la mía. Pero todo esto que he logrado infinitamente gracias papá y mamá por su esfuerzo y esmero en la tribulación y necesidad siempre seguíamos adelante nunca nos dimos por vencido porque un hijo de Dios.

Gracias Señor Dios por tu amor y tu infinita misericordia, esa ayuda que solo tú me la puedes dar, los milagros que tú has hecho en mi vida y seguirás haciendo mientras siga en los pasos tuyo porque sé que tu amor es incondicional y tú tienes el control de mi vida. En tus manos he puesto mi vida porque tú eres el rey de reyes. Gracias a Dios y a mis Padres terrenales, LOS AMO MUCHO.

Giselle Guadalupe Roque Méndez

Índice

Introducción.....	i
Capítulo I Delimitación del Problema	1
1.2 Planteamiento del Problema	1
1.2 Enunciado	2
1.3 Justificación	3
1.4 Objetivos.....	4
1.4.1 Objetivo general	4
1.5.1 Objetivos específicos.....	4
Capítulo II Marco Teórico.....	5
2.1 Desarrollo del Periodismo Multimedia en El Salvador.....	5
2.1.1 Historia del periodismo en El Salvador.	5
2.1.2 Internet en El Salvador	7
2.1.3 Inicios del periodismo digital en El Salvador.	9
2.2 Recursos Tecnológicos del Periodista Multimedia en El Salvador	10
2.2.1 Sitios web de los medios digitales de El Salvador	12
2.2.2 Herramientas de los periodistas multimedia en El Salvador.	16
2.3 Programas para Elaboración de Contenidos	17

2.3.1 Programas utilizados para la creación de contenidos digitales.	18
2.4 Criterios de Producción de Contenidos Multimedia	19
2.4.1 La producción multimedia	20
Capítulo III Metodología.....	22
3.1 Tipo de Investigación	22
3.2 Participantes.....	22
3.3 Método.....	23
3.3.1 Fase I: Planificación	23
3.3.2 Fase II: Trabajo de campo.....	23
3.3.3 Fase III: Análisis de datos.....	24
3.4 Instrumento	24
3.4.1 Matriz de vaciado de entrevista.....	24
Capítulo IV Análisis de Resultados	27
4.2 Análisis de Entrevistas.....	42
Capítulo V Conclusiones.....	45
5.1 Limitantes	46
5.2 Recomendaciones.....	46
Referencias	48

Anexos	52
Preguntas para entrevista semidirigida.....	52

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Sitio Web Cronio Sv.....	12
Ilustración 2: Sitio web El Faro	13
Ilustración 3: Sitio web El Salvador Times.....	14
Ilustración 4: Sitio web Diario Libre Sv	15

Introducción

El presente documento está basado en una investigación sobre cómo es la situación actual de los periodistas multimedia en El Salvador con respecto al manejo de recursos tecnológicos al momento de producir contenidos.

El trabajo está dividido en cinco capítulos que presentan el siguiente contenido:

Capítulo I: Éste capítulo comprende la etapa de delimitación del problema, es decir, como se ha planteado la problemática del fenómeno en estudio y la pregunta que se pretende responder con esta investigación. De igual manera, se encuentra la justificación del problema en la que se expone todas las razones que motivaron a realizar esta investigación y los objetivos que se pretenden alcanzar.

Capítulo II: En éste capítulo se encuentra la parte central de la investigación, es decir, como se desarrolla el periodismo multimedia en El Salvador, que tipo de recursos tecnológicos utilizan los periodistas, cuales son los softwares utilizados para elaborar los contenidos y que criterios utilizan para la producción de los mismos.

Capítulo III: El tercer capítulo muestra la metodología utilizada para recolectar la información, que tipo de investigación se realizó, los medios que se investigaron y las tres fases con las que contó el método.

Capítulo IV: En el capítulo IV, se presenta una entrevista semidirigida¹ a cuatro periodistas de cuatro medios digitales con la que se pretendía conocer qué tipo de recursos tecnológicos utilizan los periodistas, que desafíos presenta el periodismo multimedia y que áreas de estudio deben reforzar las universidades. Asimismo, se realiza un análisis de las entrevistas.

Capítulo V: Finalmente en este capítulo se muestran las limitantes presentadas a lo largo de la investigación y las recomendaciones, es decir, sugerencias respecto a que se debe mejorar y que acciones deben realizarse.

¹ Es aquélla en la que existe un margen grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas (Medina, 2011).

Capítulo I

Delimitación del Problema

1.2 Planteamiento del Problema

Los avances tecnológicos han evolucionado el periodismo a escala mundial. Los nuevos medios de comunicación han nacido en la era multimedia con nuevos lenguajes para producir, transmitir y distribuir los contenidos.

En la actualidad, un periodista multimedia posee la capacidad de informar al instante a través de las distintas plataformas sociales. Se puede afirmar que el periodismo ha entrado en una era importante y da lugar a crear nuevas fórmulas para obtener la información.

El periodismo multimedia es una modalidad de comunicación que ha venido para quedarse y que se vale de internet y las plataformas sociales para contar historias. El periodismo multimedia responde a la necesidad de los lectores, oyentes, televidentes y usuarios por recibir información de distintos medios y de distintas formas. En Internet crece la demanda de contenidos audiovisuales. El número de internautas aumenta cada día, así como el consumo de videos y audios on line. (Martinchuk, 2011).

Las redacciones multimedia precisan de un periodista multifuncional, que sea interactivo y con una preparación específica para desarrollar una labor muy concreta. En esta monografía se da a conocer los detalles precisos que debe tomar en cuenta un periodista para producir, editar y saber utilizar las aplicaciones adecuadas para generar contenidos eficientes.

En El Salvador, los periodistas de los medios tradicionales no están preparados para sumergirse en el mundo digital. A raíz de esto, los medios de comunicación digitales, han optado por capacitar a sus empleados en el uso de recursos tecnológicos para la creación de contenidos en sus distintas plataformas de información.

Con este estudio se pretende conocer cómo se desarrolla el periodismo multimedia en El Salvador, identificar qué tipo de recursos y herramientas se utilizan para crear contenidos y qué criterios utilizan para producir contenidos en las distintas plataformas que el medio digital posee. En la actualidad, los usuarios exigen contenidos de calidad en el menor tiempo posible y esa es una de las ventajas que el periodismo multimedia posee.

Los medios digitales necesitan periodistas que puedan utilizar las diferentes herramientas y recursos tecnológicos, por ello, se ha establecido una serie de requisitos que el periodista debe cumplir para trabajar en un medio de comunicación. Pero, ¿Cuál es la situación actual de los periodistas multimedia en El Salvador?, ¿Cuáles son los desafíos que presenta el periodismo multimedia?

1.2 Enunciado

El periodismo multimedia ha venido a revolucionar la manera de crear contenidos y presenta muchos desafíos, por lo tanto, se enuncia el siguiente problema: **¿Cuál es la preparación del periodista multimedia en cuanto al conocimiento y manejo de los recursos tecnológicos para la producción de contenidos?**

1.3 Justificación

La preparación del periodista multimedia en cuanto al conocimiento y manejo de los recursos para la producción de contenidos se ha vuelto una exigencia con el desarrollo de las nuevas tecnologías, de esta forma la información se presenta actualizada, convirtiéndose en un requisito imprescindible en los medios de comunicación. Por lo antes mencionado se vio la importancia de investigar sobre los conocimientos y el manejo de recursos en la producción de contenidos aplicados por los periodistas multimedia, y si son los que se requiere.

Por esto nació la necesidad de realizar este estudio para determinar la preparación de los periodistas, los recursos tecnológicos con los que cuenta, los sistemas, programas, y los criterios de la producción utilizados en contenidos multimedia. Esta investigación también buscaba identificar las deficiencias que los profesionales tienen en el área digital.

El periodismo multimedia se está consolidando en los usuarios como la mejor opción para informarse gracias a su inmediatez. Tras la aparición de la llamada “Sociedad de la información” ha surgido el periodismo multimedia. Esta renovación del periodismo exige que los profesionales del periodismo no solo deben manejar los nuevos programas informáticos, sino que deben convertirse en gestores de contenido. (Rioja, 2012)

Analizar la situación del periodismo multimedia en El Salvador como una nueva modalidad de información, requiere de conocer como está evolucionando la sociedad a raíz de los avances tecnológicos. El lector, tiene el poder de decidir que quiere leer, en

qué momento y en qué lugar, ya que la información está al alcance de su mano ya sea en el ordenador o en *segundas pantallas*².

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Determinar cuál es la preparación del periodista multimedia en cuanto al conocimiento y manejo de los recursos tecnológicos para la producción de contenidos.

1.5.1 Objetivos específicos

1. Conocer el desarrollo del periodismo multimedia en El Salvador.
2. Identificar los recursos tecnológicos que utilizan los periodistas multimedia.
3. Conocer los sistemas y programas para la elaboración de contenidos multimedia.
4. Criterios para definir la producción de los contenidos.

² Es el nombre que se le ha dado a las tabletas, teléfonos inteligentes o portátiles. (Santamaria, 2013).

Capítulo II

Marco Teórico

2.1 Desarrollo del Periodismo Multimedia en El Salvador

2.1.1 Historia del periodismo en El Salvador.

Hablar del periodismo en El Salvador es traer a la memoria el primer impreso de El Salvador “*El puntero Apuntado con Apuntes Breves*” (López Vallecillos, 1987), de 1741, por el fraile Juan de Dios del Cid. El impreso informa del proceso de extracción del añil que era la primera fuente de ingreso económico y productivo de El Salvador.

El azul oro, como era conocido el añil, adornaba las diferentes vestimentas de los sacerdotes y la hoja posee múltiples beneficios medicinales, lo que lo convertía en la principal industria de El Salvador (Flores, Molina, & Arévalo, 2012)

En 1824, a raíz de la influencia de los periódicos “La gaceta de Guatemala, Lima y Buenos Aires”, se creó el “Semanario Político Mercantil”, en el que se publicaban noticias oficiales, actividades de altos funcionarios, asuntos políticos y religiosos de la época (M., I., & R., 2003). En 1826, dejó de publicarse este semanario, pero, surgieron otros periódicos, entre ellos:

La Gaceta de Estado de El Salvador, 9 de junio de 1827

El Centinela, 1827

El salvadoreño, 1828

El sendero, 1829

El Diario, 1873

Diario Latino, 1890 (Ahora Diario Co Latino)

Diario de Oriente, 1906 (San Miguel)

Diario de Occidente, 1910 (Santa Ana)

La Prensa, 1915, posteriormente aparece la gráfica y se crea **La Prensa Gráfica**

El Diario de Hoy, 1936

El Mundo, 1967

La Noticia, 1986 (Salió de circulación el 30 de marzo de 1996)

Primera Plana, 1992 (Salió de circulación en 1993)

Más, 1998

Con la llegada del internet al país la mayoría de los periódicos comenzaron a digitalizarse y las mismas noticias que se publicaban en la versión impresa se publicaban en la versión digital.

El primer periódico en digitalizarse fue El Diario de Hoy, en 1995, utilizando la dirección web: www.elsalvador.com. Ese año, elsalvador.com informó en primicia sobre el trágico accidente de un Boeing 737 de Aviateca, procedente de Guatemala, con destino a Costa Rica.

En marzo de 1995, La Prensa Gráfica estrena la primera versión de su sitio web bajo el dominio www.gbm.net/la_prensa_gráfica. Cinco años después, se lanza el dominio www.laprensa.com.sv. Finalmente, en el año 2003, se adquiere el dominio www.laprensagrafica.com que sigue siendo utilizado hasta la fecha (Gráfica, 2015).

El 25 de abril de 1998, nace el primer periódico digital para la transmisión de información en El Salvador: El Faro.net, fundado por Carlos Dada y el empresario Jorge Simán. Además, fue considerado el primer periódico virtual a escala de Latinoamérica (V., F., Ruano., & Rodríguez Méndez, 2008).

2.1.2 Internet en El Salvador

Rafael Ibarra, en su Blog de tecnología, narra que la inauguración de la conexión a Internet se realizó en Costa Rica, el primer país de la región en hacerlo, en abril de 1993, en el que algunos centroamericanos tuvieron el privilegio y la oportunidad de participar (Ibarra, 2008).

Para algunos, no eran más que “saltos líricos” o sueños imposibles; para otros, el desconocimiento los hacía plantear que “nosotros seremos los dueños de Internet en El Salvador”, como si alguna vez la gran Red hubiese conocido de propietarios. En septiembre de 1994 se gestionó, ante el Internet Assigned Numbers Authority (IANA) y el Internet Network Information Center (InterNIC), respectivamente, un conjunto de direcciones IP, equivalentes a una clase B, y la administración del dominio de Nivel Superior correspondiente a El Salvador, SV. Ese mismo mes y año, el grupo SVNet fue

constituido por la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (UCA), el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), la UES, la Universidad Don Bosco, ANTEL y FUSADES, con el fin de administrar ambos recursos (Ibarra, 2008).

En octubre de ese año se estableció un acuerdo con UUNet, en Virginia, EEUU, para manejar el tráfico de correo desde y hacia El Salvador, bajo el dominio SV. En diciembre se instaló y configuró exitosamente el nodo Unix to Unix Copy Program (UUCP) de correo electrónico en el CONACYT con este propósito, y los primeros mensajes con direcciones terminadas en SV comenzaron a circular en Internet (Ibarra, 2008).

La provisión del servicio de correo electrónico a los salvadoreños que así lo desearan, con direcciones SV, inició en marzo de 1995. Esto era realizado por medio de una llamada telefónica a medianoche a UUNet, en la que se intercambiaban los mensajes desde y hacia las direcciones SV y el resto del mundo. Finalmente, después de varias revisiones y ajustes, el proyecto salvadoreño fue presentado por SVNet a la OEA en septiembre de 1995. La carrera empezaba (Ibarra, 2008).

La capacitación técnica a los miembros de SVNet fue realizada por los mismos salvadoreños, en noviembre. Después del trabajo de conexión y pruebas realizadas en diciembre de 1995, ese mismo mes se firmó un convenio de mutua colaboración entre ANTEL y los demás miembros de SVNet, que posibilitó la instalación de líneas dedicadas a estas instituciones (Ibarra, 2008).

En febrero de 1996 ANTEL completó la instalación de los primeros enlaces dedicados a Internet en territorio salvadoreño, siendo éstos los de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas y el de la Universidad Don Bosco (Ibarra, 2008) (Ibarra, 2008).

El siguiente mes vieron la ciber luz los sitios Web de estas dos universidades, así como los de SVNet y la página principal de El Salvador (www.sv), convirtiéndose así en los primeros sitios Web de El Salvador que residían en un servidor ubicado físicamente en El Salvador. (Ibarra, 2008).

2.1.3 Inicios del periodismo digital en El Salvador.

El Salvador tardó mucho tiempo en adoptar las nuevas formas de medios de comunicación que fueron surgiendo en el mundo, si bien es cierto, desde hace tiempo los medios tradicionales en el país se abrieron paso al mundo digital colocando en la web sus versiones impresas, no existía un medio de comunicación que fuera enteramente digital y que sólo utilizara esta vía para difundir la información.

Fue el 25 de abril de 1998, cuando nace el primer periódico con soporte digital para la transmisión de información en El Salvador: El Faro.net, fundado por Carlos Dada y el empresario Jorge Simán. Además, fue considerado el primer periódico virtual a escala de Latinoamérica (V., F., Ruano., & Rodríguez Méndez, 2008).

Actualmente, este medio es muy reconocido a nivel nacional e internacional por las informaciones publicadas, a pesar de ser solo de periodicidad semanal, en su forma original, aunque de vez en cuando, también presenta noticias diarias.

Cronio Sv fue fundado hace cinco años como un proyecto deportivo. Cronio, es el nombre del monte donde se inventaron los deportes en la antigua Grecia. Ahí, fue donde los dioses discutían de política. “Por eso no le cambiamos el nombre porque eso es lo que hacemos, discutir de política” dijo Eduardo Martínez, director de Cronio Sv.

Cronio inició al reunirse varios profesionales de la comunicación y área de prensa escrita.

Víctor Hugo Dueñas y Eduardo Martínez dieron el salto digital al crear otros medios, por ejemplo: Diario1, El Salvador Times, La Página, El Blog, Grupo Épico etc.

Tras la salida del periodista Ciro Granados de Diario La Página, en conjunto con un equipo de periodistas, en 2016, fundó El Salvador Times.

Por su parte, Diario Libre Sv nace en 2017 como una iniciativa de Luis Coto, quien actualmente se desempeña como director general del periódico. Este medio se caracteriza por su lema “El periódico de mayor credibilidad en El Salvador”. Diario Libre cuenta con una cabina de radio, un set de televisión para sus programas informativos y una sala de redacción donde los periodistas pueden desenvolverse de la mejor manera.

2.2 Recursos Tecnológicos del Periodista Multimedia en El Salvador

En El Salvador, los medios de comunicación digitales utilizan diversos recursos tecnológicos para crear los contenidos de sus plataformas. Ciro Granados, director de elsalvadortimes.com, afirma que un periodista debe dominar todos los recursos tecnológicos que dominaría un niño de 10 años (Cámaras de teléfonos, ordenadores, ordenadores portátiles y teléfonos inteligentes).

Por su parte, Daniel Valencia, Editor de ElFaro.net, dijo que los recursos que todo periodista debe dominar son: Una buena grabadora digital y una computadora. “Si el periodista es multitasking³ (Barceló, 2017) podemos agregar el uso de cámaras y programas de edición que son los elementos más básicos” afirmó.

William Martínez, periodista de Cronio Sv, asegura que por la demanda que presentan los medios digitales el periodista está obligado a estar actualizado en cuanto al uso de las nuevas tecnologías.

Finalmente, Luis Coto, director de Diario Libre Sv, sostiene que un periodista debe saber utilizar cámaras de vídeo, cámaras fotográficas, celulares y tecnología Wifi. “Los periodistas de medios digitales deben ser periodistas transmedia⁴, es decir, que cambien de lo tradicional a lo tecnológicamente nuevo”, afirmó.

³ Se refiere a la capacidad humana de llevar a cabo distintas actividades de forma simultánea.

⁴ Proceso narrativo basado en el fraccionamiento intencionado del contenido y su diseminación a través múltiples plataformas, soportes y canales (offline y online), con el fin de que cada medio cuente una parte específica y complementaria de la historia.

2.2.1 Sitios web de los medios digitales de El Salvador



Ilustración 1: Sitio Web Cronio Sv

1. Cronio, en su sitio web se observa el logo del medio de comunicación y el *header*⁵ con sus diferentes plataformas sociales, seguido de las secciones del sitio web Portada, Nacionales, Política, Negocios, Deportes, Cronio Tv, Tendencias, Opinet y Redes. Después se observa el contenido más destacadas de algunas secciones. Asimismo,

⁵ Es el encabezado del sitio web.

posee un banner de publicidad y al final de la página el *footer*⁶ con las diferentes plataformas sociales del medio y la Política de Privacidad, Cookies y Condiciones de uso.



Ilustración 2: Sitio web El Faro

2. El Faro, en su sitio web, muestra un espacio publicitario en la parte superior, seguido del *header* con un buscador, los logos de las plataformas sociales del medio, el logo oficial, un espacio para apoyar al medio y para suscripción. En la parte izquierda, se observan las diferentes secciones del medio: Portada, FORO CAP 2019, El Salvador, observan las diferentes secciones del medio: Portada, FORO CAP 2019, El Salvador,

⁶ Es el pie de página del sitio web.

Centroamérica, El Ágora, EF Académico, Opinión, El Farolero, EF Foto, EF TV, EF Radio, Defensora, #Excavación, La Tienda y finalmente el Acerca de El Faro. En la parte central se observa el contenido. Del lado derecho, se observa la columna de opinión y finalmente, el *footer* con la información general del medio de comunicación.



Ilustración 3: Sitio web El Salvador Times

3. El Salvador Times, en la parte superior del sitio se observa un banner de publicidad, seguido por el *header* del sitio con el logo oficial del medio y sus diferentes plataformas sociales. Debajo del *header* se observa el cintillo que muestra las secciones del medio: Portada, Política, Sucesos, La nota roja, Judiciales, Servicios, Negocios, Internacionales, Jet Set, Deportes y Opinión. Al navegar en la zona de contenido, se observa la publicidad intercalada con las redacciones mezcladas de las diferentes secciones. Además de un cuadro con las noticias más leídas. En el *footer* se observa un

cintillo con las plataformas sociales y tres hipervínculos: publicidad, dirección y aviso legal.



Ilustración 4: Sitio web Diario Libre Sv

4. Diario Libre presenta una plataforma diferente. En el *header* se observa el logo oficial del medio, seguido de un banner de publicidad. Debajo, se muestra el cintillo de las secciones del medio: Portada, Nacionales, Mundo, Multimedia, Tendencias, Cultura Pop y Deportes. Un cintillo dinámico que muestra los hechos más recientes a nivel mundial y un buscador. En la parte de contenido, no solo se observan las redacciones sino también, la radio online y los vídeos de su programa “D Cerca”. Las notas están ordenadas por sección e intercaladas con publicidad estática. En el *footer* se lee ¿Quiénes somos?,

contáctanos, la dirección del medio de comunicación y un cintillo con las plataformas del medio.

2.2.2 Herramientas de los periodistas multimedia en El Salvador.

El mundo digital exige que los periodistas adquieran conocimientos en varias materias. El periodista de hoy debe migrar y aprender sobre herramientas en Internet y nuevos dispositivos que le ayudarán a comprender y a tener éxito con su emprendimiento en línea. Lo importante es no negarse a aprender y estar dispuesto a explorar las nuevas propuestas de las empresas digitales (Ruiz, 2016).

Ciro Granados, director de El Salvador Times, afirma que los periodistas multimedia deben dominar las plataformas de Twitter, Facebook e Instagram. También, aplicaciones de fotografías, aplicaciones de generación de textos, cámaras de vídeo, cámaras fotográficas y Smartphone. Eso es lo que debe manejar a nivel tecnológico. Pero, desde su punto de vista, lo más importante es que el periodista domine el método periodístico, ya que, eso hace que el periodista tenga una gran valía.

Según Luis Coto, director de Diario Libre, los periodistas multimedia deben saber utilizar la mayor cantidad de herramientas tecnológicas posibles, partiendo por el internet. En Diario Libre tienen internet de banda ancha de 20 a 20, eso significa que tienen 20 megas de subida y 20 megas de bajada. Esto permite que el periodista suba o baje la información a la plataforma sin que se le presente ningún inconveniente.

“Yo no le puedo exigir a un periodista que sea excelente si no le brindo las herramientas adecuadas para el trabajo que va a realizar llámese cámaras de video, cámaras fotográficas y celulares para mayor inmediatez”, afirmó Coto.

2.3 Programas para Elaboración de Contenidos

El crecimiento de las plataformas sociales (YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, entre otras) hace que la edición de los contenidos se convierta en la parte más importante al momento de crear una noticia multimedia. Existen diversos editores de audio, vídeo e imagen y los pueden utilizar desde usuarios medios hasta grandes productoras televisivas (Morales, 2018).

A la hora de acometer cualquier trabajo de creación de contenidos digitales resulta importante establecer una base para trabajar, en la que se debe tener en cuenta tanto los requerimientos a nivel de formato que vengan delimitados por los canales en los que vamos a difundir el contenido, como las recomendaciones de tratamiento de la imagen corporativa de la marca en cuestión.

Adobe Systems Incorporated, conocida comúnmente por su primer nombre, Adobe, es una de las empresas más conocidas en el sector del software y las tecnologías. Destaca por sus programas y aplicaciones para el diseño y la edición de imágenes, vídeo, páginas web y otros elementos gráficos utilizados a diario por los profesionales, tanto fuera como dentro del mundo informático y de la gran red que es internet.

En los últimos años se ha renovado, actualizando y mejorando todos sus productos de software e integrándolos para un trabajo y desarrollo más funcional de las tareas

empleadas. Esa integración con los servicios de almacenamiento en la red es la llamada Adobe Creative Cloud.

2.3.1 Programas utilizados para la creación de contenidos digitales.

Entre los programas de edición, creatividad y diseño que se encuentran en la suite de Adobe, Photoshop es sin duda el más conocido y extendido entre los usuarios. Fue uno de los primeros y ha evolucionado mucho desde su primera versión hasta la actual. Que sea el más conocido no significa que sea el único (Madrid, 2018).

Adobe Illustrator es el software de ilustración y gráficos vectoriales más innovador que permite crear logotipos, iconos, dibujos, tipografías e ilustraciones para imprimirlas o publicarlas en la Web, en vídeos y en dispositivos móviles (ADOBE, 2019)

Adobe InDesign tiene todo lo que se necesita para crear carteles, libros, revistas digitales, libros electrónicos, PDF interactivos y mucho más. Se puede crear documentos magníficos para medios impresos y digitales y es de mucha ayuda en la maquetación de páginas (ADOBE, 2019).

Adobe Premiere Pro es el principal software de edición de videos para películas, TV y la Web. Permite editar secuencias en cualquier formato moderno, desde 8K hasta la realidad virtual. La amplia compatibilidad de formatos y los sencillos flujos de trabajo de proxy facilitan el trabajo, incluso en las estaciones de trabajo móviles. (ADOBE, 2019)

Asimismo, con After Effects se puede crear títulos de películas, introducciones y transiciones en movimiento. Desde provocar un incendio hasta desatar una tormenta.

After, permite animar un logotipo o un personaje. Es el mejor software de efectos visuales y gráficos animados y puedes convertir cualquier idea en realidad (ADOBE, 2019).

Del mismo modo, Adobe Audition es un conjunto de herramientas que incluye funciones de multipista, forma de onda y visualización espectral para crear, mezclar, editar y restaurar contenido en formato de audio. Esta potente estación de trabajo de audio está diseñada para acelerar los flujos de trabajo de producción de vídeo y finalización de audio y proporcionar una mezcla acabada de sonido de gran calidad (ADOBE, 2019).

Gracias a sencillas herramientas de edición como reguladores y filtros, Adobe Lightroom facilita la creación de fotos para que se parezcan a lo que el usuario quiera que se parezcan. Se puede editar las fotos de alta resolución donde sea: en dispositivos móviles, la web o tu escritorio (ADOBE, 2019).

2.4 Criterios de Producción de Contenidos Multimedia

La facilidad y libertad con que pueden publicarse contenidos en la red hacen necesaria la adopción, por parte del usuario de información digital, de una serie de criterios que le ayuden a filtrar los contenidos electrónicos y a discernir la veracidad, la credibilidad, la fiabilidad y, en definitiva, la calidad de las informaciones que este medio nos proporciona (Franco, 2011).

Se llama contenido digital de calidad a aquel que satisfaga en su información, y que cuenta con los siguientes atributos inherentes a su producción: accesibilidad, interactividad, seguridad, riqueza multimedia, contextualización y subjetividad. Es deseable que estos contenidos cumplan con las cualidades de complementariedad de

soportes (teléfono, asistentes personales, tv., etc.) y de convergencia de formatos (nuevas formas de escritura). Todos estos atributos deberán responder a un factor concurrencial (Franco, 2011).

Según la información recopilada durante la investigación, se puede afirmar que los editores y jefes de los medios digitales en El Salvador realizan reuniones con la redacción para definir los contenidos que van a crear, asimismo, se define si la nota ira acompañada por fotografías, vídeos o audios de las entrevistas. De igual forma, realizan reuniones para designar a los periodistas en las coberturas programadas.

2.4.1 La producción multimedia

La producción de servicios o productos multimedia es un campo complejo, en el que se entrelazan no solo diferentes áreas de conocimiento y tecnologías, sino también la dimensión de la gestión del proyecto desde su conceptualización hasta el lanzamiento (Amezua, 2013).

Según Ernesto Martinchuk, periodista y docente en la Escuela de Periodismo del Círculo de la Prensa, el periodismo multimedia es una apuesta al futuro que responde a la necesidad de los lectores, oyentes, televidentes y usuarios por recibir información de distintos medios y de distintas formas. En Internet crece la demanda de contenidos audiovisuales. El número de internautas aumenta cada día, así como el consumo de vídeos y audios online (Aguilar C. P., 2018).

Martinchuk afirma que el periodismo multimedia ha llegado para quedarse. No se trata de una moda pasajera, sino de una nueva manera de trabajar, donde los géneros han

perdido sus fronteras para crear un único método narrativo y un centro de distribución como consecuencia de las nuevas tecnologías, Internet y de la convergencia de medios. Gracias al internet el consumo de vídeos y audios a través de los medios digitales sigue en ascenso; cada vez es más común enterarnos de las noticias mediante formatos que registran en tiempo real o con inmediatez los hechos a través de plataformas como la transmisión de contenido en tiempo real, Facebook Live, Periscope o desde cualquier otra aplicación o red social (Aguilar C. P., 2018).

Los periodistas cuentan actualmente con muchas herramientas para producir contenidos multimedia de excelente calidad. Adicionalmente, en el periodismo multimedia existen muchas otras herramientas para grabar video que pueden ayudarnos con el trabajo reporteril como Bambuser o GoPro, las cuales son gratuitas y fáciles de usar. Del mismo modo para editar imágenes, textos o audios están Flipagram y Storehouse. (Aguilar, 2018)

Capítulo III Metodología

3.1 Tipo de Investigación

La metodología que se utilizó en la investigación “El Periodista Multimedia: Situación Actual en El Salvador Respecto al Manejo de Recursos Tecnológicos para la Producción de Contenido” fue de carácter cualitativo (Ibañez, 1992). Con este método de investigación se logró someter la información recolectada, mediante entrevistas, a un análisis y la posterior interpretación de significados.

Primeramente, se planteó entrevistar a representante de ocho medios digitales, sin embargo, solo se recibió respuesta de cuatro directores. Asimismo, se realizó un análisis de los cuatro medios digitales y se hizo una descripción de los sitios web de cada uno.

El grupo investigador tomó a bien realizar la técnica de la entrevista semidirigida, y con ella, cada participante describió qué tipo de recursos tecnológicos utilizaban en su medio, qué plataformas sociales le generaban mayor impacto ante las audiencias y que áreas del periodismo se debían reforzar en las universidades.

3.2 Participantes

Para este trabajo, se realizó entrevistas a cuatro periodistas, entre ellos, editores, periodistas y/o propietarios de los medios digitales. A través de la entrevista semidirigida, los periodistas describieron en qué consiste su labor en el medio de comunicación, qué tipo de tecnología utilizaban, cuántos roles desempeñaban y como el medio se interesaba

por realizar constantes capacitaciones para el buen uso de sistemas y programas utilizados para la creación de contenidos multimedia.

3.3 Método

La investigación se llevó a cabo en tres fases fundamentales:

3.3.1 Fase I: Planificación

En esta fase se definió el objeto de estudio. Para lo cual, se eligieron primeramente a ocho medios digitales (Diario Libre, Diario La Página, Diario1, Orbita, Ultima Hora, Cronio, El Faro y El Salvador Times) y un periodista, editor o propietario de cada uno de ellos. Se contactó de manera telefónica, vía correo y redes sociales a los directores de los medios para pactar una entrevista, pero, solo cuatro medios digitales (El Faro, Cronio, Diario Libre y El Salvador Times) respondieron afirmativamente.

¿Por qué se eligieron a estos medios? Porque son medios que desde su creación han sido digitales y por lo tanto tenían la información que se previó en los objetivos de la investigación.

3.3.2 Fase II: Trabajo de campo

El grupo investigador realizó la visita a los medios preseleccionados para realizar las entrevistas respectivamente y realizó una observación más a detalle del área de producción de contenidos de cada uno de los medios en estudio.

3.3.3 Fase III: Análisis de datos

En esta fase, se analizó un conjunto de respuestas con el fin de sacar conclusiones acerca de la información. Se colocó las respuestas de cada entrevistado en una matriz de vaciado para poder sacar una conclusión del fenómeno en estudio.

3.4 Instrumento

3.4.1 Matriz de vaciado de entrevista.

En la Matriz que se muestra a continuación, se realizó el vaciado de las respuestas. Se optó por esta matriz, ya que, se muestra de mejor manera las respuestas de los entrevistados.

Nombre:	
Medio:	
Cargo:	

1. ¿Qué recursos tecnológicos debe conocer y dominar un periodista multimedia?	
2. ¿Qué herramientas utilizan para crear contenidos?	

3. ¿Cuáles son las ventajas de la era digital y el periodismo multimedia?	
4. ¿Cuáles plataformas de RRSS son las que generan mayor impacto en las audiencias?	
5. ¿Qué desafíos presenta el periodismo multimedia?	
6. ¿El periodismo multimedia exige un ejercicio ético y responsable? ¿Por qué?	
7. ¿Las casas de estudio capacitan a los estudiantes de periodismo para insertarse en el nuevo mercado laboral, y con el suficiente dominio las nuevas tecnologías?	

8. ¿Qué áreas del periodismo deberían de reforzar las universidades?	
9. ¿El medio de comunicación capacita a los empleados para hacer buen uso de las nuevas tecnologías?	
10. ¿El periodismo multimedia es una moda, tendencia o será el sustituto del periodismo tradicional? ¿Por qué?	

Capítulo IV

Análisis de Resultados

Nombre:	Ciro Granados
Medio:	El Salvador Times
Cargo:	Director

1. ¿Qué recursos tecnológicos debe conocer y dominar un periodista multimedia?	Todos los que dominaría un niño de diez años que está familiarizado con el entorno digital. A que me refiero, debe de dominar Twitter, Facebook, Instagram, aplicaciones de fotografías, aplicaciones de generación de textos, cámaras y Smartphone. Eso es lo que debe manejar a nivel tecnológico, pero lo más importante es que domine el método periodístico, porque si no cualquier persona puede lanzar información en el entorno digital sin ser periodista. Pero cuando se conoce el método periodístico eso hace que el periodista tenga una gran valía.
---	--

2. ¿Qué herramientas utilizan para crear contenidos?	Primero el método periodístico, segundo todas las herramientas que le mencionaba: Twitter, Facebook, Instagram, aplicaciones de fotografías, aplicaciones de generación de textos. Aunque tenemos un favoritismo por Twitter y Facebook por el mayor alcance. También, utilizamos los servicios de mensajería como WhatsApp, Telegram y todos los chats que se pueden utilizar porque nos nutrimos en algunas ocasiones de información oficial que se origina en los diversos grupos.
3. ¿Cuáles son las ventajas de la era digital y el periodismo multimedia?	La rapidez, la menor necesidad de recursos, el cuidado al medio ambiente, estar publicando casi en tiempo real, llegar a lectores fuera del país y la modernización.
4. ¿Cuáles plataformas de RRSS son las que generan mayor impacto en las audiencias?	Facebook y Twitter
5. ¿Qué desafíos presenta el periodismo multimedia?	El primer desafío es cambiarse ese chip del periodista que ya tiene la experiencia con medios

	tradicionales. El segundo desafío es conocer a las audiencias o a las comunidades de lectores, que el contenido que se les está presentando es real y no son <i>fake news</i>⁷. Pero el desafío más importante es convencer a las marcas comerciales que vale la pena invertir en un medio de comunicación más allá de la inversión que se hace en las redes sociales, no como algo excluyente, sino como algo complementario.
6. ¿El periodismo multimedia exige un ejercicio ético y responsable? ¿Por qué?	Sí. Por una razón muy sencilla, la base del periodismo es informar con verdad. No existen las verdades absolutas, lo que existe es la aproximación a la verdad más transparente que pueda existir.
7. ¿Las casas de estudio capacitan a los estudiantes de periodismo para insertarse en el nuevo mercado laboral, y con el	No, y no sé por qué no los capacitan. Pero, porque digo que no los están capacitando, porque los periodistas que vienen recién graduados y se enfrentan con las exigencias normales de un medio tienen mucho hándicap, pero no en el uso

⁷ Es el nombre que reciben las noticias que carecen de veracidad y que son transmitidos a través de diversos portales de noticias, medios de comunicación y redes sociales como si fuesen reales (Significados, 2018)

suficiente dominio las nuevas tecnologías?	de la tecnología, sino que, al momento de redactar un lead, un titular que resuma la nota, al contrastar o al estructurar, ahí traen una deficiencia que el medio la corrige. Y eso va a suceder casi siempre porque el periodismo también es arte, y el arte se aprende haciéndolo, y en las universidades no hacen periodismo.
8. ¿Qué áreas del periodismo deberían de reforzar las universidades?	Nunca se llena todo lo que uno debería aprender. Así que todas las ramas deberían de reforzarse.
9. ¿El medio de comunicación capacita a los empleados para hacer buen uso de las nuevas tecnologías?	Sí, pero no es una capacitación aburrida. Básicamente el periodista se está auto capacitando, leen mucho y los editores están retroalimentando cómo se deben hacer las cosas. Lo más importante no es tanto el manejo del área digital, porque las empresas van haciendo más amigables las plataformas para facilitar su uso. Lo que, si hay que reforzar mucho es el método periodístico, ya que es lo más relevante para producir contenidos informativos.

10. ¿El periodismo multimedia es una moda, tendencia o será el sustituto del periodismo tradicional? ¿Por qué?	Es la tendencia que sustituye a los vehículos tradicionales en los cuales viaja el periodismo de antes. No es moda porque las modas son pasajeras y lo digital vino para quedarse.

Nombre:	Daniel Valencia
Medio:	El Faro
Cargo:	Editor

1. ¿Qué recursos tecnológicos debe conocer y dominar un periodista multimedia?	Una buena grabadora digital y una computadora. Si será multitasking podemos agregar uso de cámaras, programas de edición, son los elementos más básicos.
---	--

2. ¿Qué herramientas utilizan para crear contenidos?	Computadora, cámaras fotográficas, cámaras de video, buenas computadoras para el área de edición y una grabadora.
3. ¿Cuáles son las ventajas de la era digital y el periodismo multimedia?	Se sube una galería de imágenes, ya no estás obligado a solo utilizar una sola. Hay retroalimentación en el momento que el usuario lo desee, se hace enlaces en vivo para complementar la comprensión del tema.
4. ¿Cuáles plataformas de RRSS son las que generan mayor impacto en las audiencias?	Sin duda Facebook. Pero le estamos apostando mucho a Instagram y utilizamos twitter porque es una red en la que no se puede dejar de estar.
5. ¿Qué desafíos presenta el periodismo multimedia?	Ser banal, dejarse llevar por la inercia y permitir que sea la herramienta la que defina el trabajo. Ese es el gran desafío. Lo digital es la herramienta para hacer un buen periodismo o un mal periodismo. Por ejemplo: Una buena cámara no define un buen noticiero, pero una mala toma de decisiones crea un 4 visión, un Código 21... Lo mismo en el texto una computadora y Word no hacen un buen

	periodista, pero si lo define que fulanito y fulanita se van a casar.
6. ¿El periodismo multimedia exige un ejercicio ético y responsable? ¿Por qué?	Sí, porque el periodismo es un oficio que sirve a la ciudadanía, nunca sirve al poder (político, económico) por lo tanto, nunca puede estar supeditado a ser banal porque el periodismo es para brindarle información a la sociedad que tanto lo necesita para tomar decisiones.
7. ¿Las casas de estudio capacitan a los estudiantes de periodismo para insertarse en el nuevo mercado laboral, y con el suficiente dominio las nuevas tecnologías?	Sí y no. Hablo por mi experiencia, lo que sé de periodismo lo sé porque lo aprendí acá (en El Faro) en la universidad ninguna tiene el suficiente pensum y la suficiente capacidad de traer verdaderos profesores para enseñar periodismo que es la base, lo digital es solo la herramienta. En estos lugares encuentras gente que sabe de edición de audio, de vídeo y de imagen, en ortografía todas están muy mal, hay alumnos que no pueden hilar una idea con otra y eso no es culpa de la universidad sino del sistema. Entonces, el

	problema es que la enseñanza periodística es de muy bajo nivel.
8. ¿Qué áreas del periodismo deberían de reforzar las universidades?	La redacción, la manera de hacer periodismo, la ortografía, entre otras.
9. ¿El medio de comunicación capacita a los empleados para hacer buen uso de las nuevas tecnologías?	Sí, constantemente.
10. ¿El periodismo multimedia es una moda, tendencia o será el sustituto del periodismo tradicional? ¿Por qué?	Es una tendencia que va a ir evolucionando como el ser humano.

Nombre:	William Martínez
Medio:	Cronio
Cargo:	Periodista

1. ¿Qué recursos tecnológicos debe conocer y dominar un periodista multimedia?	En la actualidad, se debe de estar actualizado en todo, ya que la misma demanda de medios digitales, te exige aprender a hacer buen uso de las nuevas tecnologías, llámese programas de vídeo, audio, plataformas sociales. Ahora no puedes decir soy redactor o soy fotógrafo y solo querer hacer eso ahora, lo más importante es ser multirol.
2. ¿Qué herramientas utilizan para crear contenidos?	Nosotros nos manejamos dentro de la pauta de los grupos de información. Tenemos contactos en diferentes entidades que nos están informando de lo que sucede en el transcurso del día. Y cuando los vídeos son demasiado extensos se editan en los softwares de edición.
3. ¿Cuáles son las ventajas de la era digital y el periodismo multimedia?	La inmediatez, es decir, no esperar tanto tiempo para saber lo que ha sucedido.
4. ¿Cuáles plataformas de RRSS son las que generan mayor impacto en las audiencias?	En Facebook tenemos nuestra prioridad.

5. ¿Qué desafíos presenta el periodismo multimedia?	Quizás que a veces se juega con los sentimientos de las personas, ya que, puedes dañar la susceptibilidad de la gente.
6. ¿El periodismo multimedia exige un ejercicio ético y responsable? ¿Por qué?	Sí, porque no puedes publicar una información sin haberla verificado con ambas partes. Debes rastrear, verificar, confirmar y publicar.
7. ¿Las casas de estudio capacitan a los estudiantes de periodismo para insertarse en el nuevo mercado laboral, y con el suficiente dominio las nuevas tecnologías?	No. Porque en las universidades te brindan en sí la teoría, pero a la hora de estar en un medio y que te toca salir a tu primera cobertura te das cuenta que las cosas no son como te decían en la universidad.
8. ¿Qué áreas del periodismo deberían de reforzar las universidades?	En sí, todo lo que se refiere a sistemas tecnológicos porque la tecnología sigue avanzando. Entonces, uno debe de estar preparado para poder editar vídeos y crear páginas web.
9. ¿El medio de comunicación capacita a los empleados para	Sí, al menos acá sí. Porque yo venía de medio impreso donde solo fotografía deportiva era lo que yo hacía. Aquí me dieron la inducción de cómo se

hacer buen uso de las nuevas tecnologías?	debe de titular, segmentar los públicos, como usar las viñetas, como trabajar las fotografías para no mostrarlas “crudas” por las políticas de las plataformas sociales.
10. ¿El periodismo multimedia es una moda, tendencia o será el sustituto del periodismo tradicional? ¿Por qué?	Ya es un sustituto, ahora todo está enfocado en lo digital. La gente busca las noticias en el momento que ellos quieren, ya no están obligados a esperar hasta el día siguiente como era antes.

Nombre:	Luis Coto
Medio:	Diario Libre
Cargo:	Director

1. ¿Qué recursos tecnológicos debe conocer y dominar un periodista multimedia?	Un periodista de medio digital debe ser un <i>transmedia</i> . ¿Qué es un <i>transmedia</i> ? Es el periodista que está en la transición entre lo tradicional y lo tecnológicamente nuevo. En esa etapa nos encontramos desde hace 5 años.
---	--

	Un periodista debe de saber redactar, conocer muy bien los enfoques, deber saber utilizar cámaras de video, cámaras fotográficas, celulares, tecnología Wifi, plataformas sociales, debe saber locutar, es decir, tener una buena eufonía.
2. ¿Qué herramientas utilizan para crear contenidos?	La mayor cantidad de herramientas tecnológicas posibles partiendo por el internet nosotros tenemos un internet de banda ancha y lo tenemos de 20 a 20, eso significa que tenemos 20 megas de subida y 20 megas de bajada, porque yo necesito que lo que mi periodista suba a nuestra plataforma no se trabe y no se corte. Yo no le puedo exigir a un periodista que sea excelente si no le brindo las herramientas adecuadas para el trabajo que va a realizar, llámese cámaras de vídeo, cámaras fotográficas y celulares para mayor inmediatez.
3. ¿Cuáles son las ventajas de la era digital y el periodismo multimedia?	La ventaja es que te conviertes en un periodista completo. Para mí no debería de ser algo esporádico –el periodismo multimedia- sino que debería de ser algo que les enseñen en las

	universidades y hacer obligatoria una pasantía en un medio digital para después decidir que quiero ser, si reportero, productor, editor, redactor, presentador, entre otros.
4. ¿Cuáles plataformas de RRSS son las que generan mayor impacto en las audiencias?	Facebook, ya que el 76% de personas a nivel nacional utilizan Facebook.
5. ¿Qué desafíos presenta el periodismo multimedia?	El principal desafío que presenta es no equivocarse y no cometer el error de ser ligero al momento de tomar decisiones
6. ¿El periodismo multimedia exige un ejercicio ético y responsable? ¿Por qué?	Por supuesto que sí. Porque no solo te está evaluando el lector que te sigue todos los días, sino toda la sociedad. Ahora la democratización de la sociedad nos lleva a que casi todas las personas tienen acceso a la información, por lo tanto, el tema ético “decir la verdad” es fundamental de lo contrario no vas a subsistir porque cuando no te ven en internet, no existís.
7. ¿Las casas de estudio capacitan a los estudiantes de	De acuerdo a las experiencias me he dado cuenta que no. Yo tengo una teoría y me gustaría que se

periodismo para insertarse en el nuevo mercado laboral, y con el suficiente dominio las nuevas tecnologías?	la hicieran llegar a los catedráticos de la universidad ¿Por qué un periodista no practica en un lugar de verdad? ¿Por qué las áreas de humanismo y comunicaciones no tenemos donde practicar? Muchas veces en nuestra área los graduados no salen listos para un medio. Hay que encontrar la manera de tener laboratorios adecuados en las universidades para que al salir un medio los contrate.
8. ¿Qué áreas del periodismo deberían de reforzar las universidades?	La ética debe reforzarse desde las primeras etapas que uno está estudiando esta área. Otra área importante es el acervo cultural, toda la parte de la historia nuestra, que haya una especie de inyección en el ADN del periodista para que investigue sobre esto.
9. ¿El medio de comunicación capacita a los empleados para hacer buen uso de las nuevas tecnologías?	Sí, los capacitamos en el sistema súper moderno que nosotros utilizamos para la publicación en la web, casi una semana para aprender a publicar las notas. Además, al momento de publicar debes de

	conocer la correcta indexación de información logrando con esto, aparecer en los primeros lugares de los motores de búsqueda de google. Esto en la parte tecnológica. En la parte multimedia se les capacita para locutar, conducir un noticiero, aprender a utilizar un <i>prompter</i>, los más sencillos sistemas de edición de audio, consolas de audio, se les enseña a utilizar una cámara. Todo eso, desde mi punto de vista es fundamental. Los capacitamos en inteligencia emocional a través de un especialista en programación lingüística, les enseñamos a salir adelante con sus mismos recursos.
10. ¿El periodismo multimedia es una moda, tendencia o será el sustituto del periodismo tradicional? ¿Por qué?	Desde hace mucho tiempo sustituyó al periodismo tradicional, ya eso es pasado. Cuando el New York Times paró las rotativas y pasó a digital eso cambio. Desde ese momento es la realidad del periodista. No creo que demos un paso atrás.

4.2 Análisis de Entrevistas

Los periodistas en El Salvador deben abrirse a la posibilidad de adentrarse al mundo de las nuevas tecnologías de la información. Según revelan los entrevistados, el primer desafío que presenta el periodismo multimedia es lograr cambiar el *chip* de lo tradicional a lo digital, a lo multimedia, a lo nuevo.

El segundo desafío que se expone es saber conocer a las audiencias para las cuales se está escribiendo. En la actualidad, los usuarios no desean esperar para recibir la información, los usuarios quieren inmediatez de la información.

Los dirigentes de los medios de comunicación digitales también están conscientes que los usuarios ahora son *prosumidores*⁸, es decir, que no solo se dedican a consumir la información, sino que también la producen a través de sus dispositivos.

Los periodistas multimedia no deben permitir que las herramientas que utilizan para crear contenidos les definan la calidad de su trabajo. Porque el buen periodismo no lo define si la plataforma es digital o si es en papel. El buen periodismo lo define la objetividad, en el sentido de buscar siempre la verdad o lo más próxima a ella. No existe la verdad absoluta, pero si existe la aproximación a la verdad, y más transparente.

Los periodistas no deben jugar con los sentimientos de las personas ni tampoco dañarles la susceptibilidad. Porque si se cae en eso se pierde el ejercicio ético y

⁸ Puede entenderse como aquel usuario consumidor de cualquier bien o servicio que además lo produce o participa en la producción.

responsable del periodismo. De igual forma, el periodismo debe de ser un oficio que les sirva a los ciudadanos, es decir, debe de ser imparcial sin favorecer ni desprestigiar a ningún sector.

Los periodistas desde la universidad reciben la materia de ética profesional. En esta asignatura se enseñan principios por los cuales debe regirse una persona en el ámbito profesional. Pero la ética del periodista se ve afectada muchas veces por la línea editorial del medio, que es el encargado de aprobar o rechazar lo que el periodista escribe.

Y así como las universidades preparan a los estudiantes éticamente también poseen algunas deficiencias en otras asignaturas. Los entrevistados afirmaron que los estudiantes de periodismo no van preparados para afrontar las exigencias que requieren los medios, ya que, desde su punto de vista los periodistas no realizan prácticas en un medio de comunicación. “Así como los médicos hacen prácticas en los hospitales, así el periodista debe ir a realizar prácticas en los medios de comunicación” afirmó Luis Coto, director de Diario Libre.

Es de aclarar que, en la Universidad Tecnológica de El Salvador, si bien no tiene todas las herramientas y equipo para practicar en la especialidad del periodismo digital, si tienen laboratorios con tecnología de la información, así como para radio y televisión para que los estudiantes hagan sus prácticas.

Los medios de comunicación digitales capacitan constantemente a sus periodistas. Los capacitan para que aprendan a publicar las notas y subirlas a la plataforma web del medio. También, se les enseña a redactar titulares para sitios web, a segmentar los

públicos, como usar las viñetas, como editar las fotografías para no mostrarlas “crudas” por las políticas de las plataformas sociales.

Asimismo, para Ciro Granados, director de El Salvador Times, los periodistas se están auto capacitando, leen mucho y los editores están retroalimentando cómo se deben hacer las cosas. “Lo más importante no es tanto el manejo del área digital, porque las empresas van haciendo más amigables las plataformas para facilitar su uso. Lo que, si hay que reforzar mucho es el método periodístico, ya que es lo más relevante para producir contenidos informativos”, afirmó.

Con este análisis, se da respuesta a la pregunta, **¿Cuál es la preparación del periodista multimedia en cuanto al conocimiento y manejo de los recursos tecnológicos para la producción de contenidos?**

Capítulo V

Conclusiones

El periodismo multimedia es la nueva apuesta para responder a las necesidades informativas de los lectores, oyentes, televidentes y usuarios que se facilita gracias al internet y ahora a las redes sociales. El desarrollo de las nuevas tecnologías de información ha generado un gran impacto en la forma de hacer periodismo, ya que, ahora el periodista no solo realiza cobertura del hecho, sino también lo publica en las diferentes plataformas sociales en tiempo real.

La sociedad actual es una sociedad híper conectada, de ahí que los usuarios no solo reciben información a través de la radio y televisión, sino también en sus ordenadores y dispositivos móviles a través de planes de datos o señales Wifi. Y esto lleva a convertirlos en *prosumidores* de información.

Con esta investigación se concluye que:

Las universidades, en la parte teórica, preparan a los estudiantes para la realización del trabajo periodístico. Sin embargo, no tienen programas con los diferentes medios de comunicación, tanto tradicionales como en línea, para que los estudiantes realicen pasantías que les permita de primera mano llevar a la práctica los conocimientos teóricos.

Los estudiantes de periodismo cursan la materia ética profesional, pero es de manera generalizada, es recomendable que en las universidades se conozca el manual de ética que produjo la Asociación de Periodistas (APES) y que ha sido adoptado por algunos medios de comunicación.

Los medios de comunicación digitales cuentan con las herramientas necesarias para la producción de contenidos.

Los medios de comunicación digitales realizan constantemente capacitaciones a su personal para estar al día con la tecnología y las exigencias de las audiencias.

5.1 Limitantes

1. Se intentó contactar a ocho medios digitales, pero solo se obtuvo respuesta de cuatro medios.

2. La disponibilidad de tiempo de los directores de los medios para la realización de las entrevistas no fue la más idónea.

3. Los tiempos que la Universidad establece para este tipo de investigaciones no es el más apropiado.

5.2 Recomendaciones

A la Universidad Tecnológica de El Salvador:

1. Incluir en el plan de estudio la realización de prácticas laborales en los medios de comunicación.

2. Aumentar la cantidad de seminarios y conversatorios en el transcurso de la carrera con temas de actualidad, sobre todo de multimedia.

3. Que el Código de Ética para Periodistas de la APES sea una de las herramientas en la formación académica del estudiante de periodismo.

A los medios de comunicación:

1. Que los medios de comunicación abran sus puertas para que los estudiantes de periodismo puedan realizar sus prácticas profesionales.
2. Que los periodistas respeten el Código de Ética para Periodistas.
3. Que los medios de comunicación les brinden oportunidad a sus empleados para actualizarse en el mundo de las nuevas tecnologías, ya sea en diplomados o cursos a nivel nacional o internacional.

Referencias

- Adobe. (2019). *Catálogo de productos*. Recuperado de <https://www.adobe.com/la/creativecloud/catalog/desktop.html>
- Aguilar, C. P. (2018). *Periodismo multimedia: Nuevas formas de producir y consumir in formación*. Recuperado de <http://www.entreperiodistas.com/periodismomultimedia-producir-informacion/>
- Alvarado F. E., González X. Y. y Ruíz F. A. (2003). *Los medios de comunicación social salvadoreño y su afinidad ideológica política, como herramienta para incidir en la población durante períodos eleccionarios (Elecciones: Diputados y concejos municipales – año 2003) Caso específico: La entrevista televisiva*. (Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica de El Salvador). Recuperado de <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941000517.pdf>
- Amezua, E. C. (12 de Marzo de 2013). Producción multimedia: Conceptos básicos, fases y métodos [Entrada en el blog]. Recuperado de <http://multimedia.uoc.edu/blogs/fem/es/produccion-multimedia-conceptos-basicos-fases-y-metodos/>
- Arango, D. R. (2009). *Herramientas multimedia*. Recuperado de <https://es.slideshare.net/Dioplan/herramientas-multimediales-2334953>
- Bahillo, L. (12 de marzo de 2019). Historia de internet: Cómo nació y cuál fue su evolución. *Marketing4ecommerce.net*. Recuperado de <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-internet/>

Barceló, J. C. (7 de Abril de 2017). Multitasking: ¿Qué es? Sus ventajas e inconvenientes [Entrada en el blog]. Recuperado de <https://blogs.imfformacion.com/blog/recursos-humanos/capital-humano/multitasking-que-es-sus-ventajas-e-inconvenientes/>

Dutríz Hermanos. (2015). *Especiales La Prensa Gráfica*. Recuperado de <http://especiales.laprensagrafica.com/2015/lpg-100-aniversario/>

Flores, L. M., Molina, N. G. y Arévalo, F. B. (2012). *El periodista multimedia:Cuál es el dominio de las nuevas tecnologías de la información en la prensa salvadoreña*. (Tesis de pregrado, Universidad Tecnológica de El Salvador). Recuperado de <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941000412.pdf>

Franco, R. (2011). *Criterios de contenidos digitales*. Recuperado de <https://prezi.com/7o4bqyfaq1e4/criterios-de-contenidos-digitales/>

Hernández, F. B. (2014). *Tipo de investigación a realizarse*. Recuperado de <https://www.tesiseinvestigaciones.com/tipo-de-investigacioacuten-a-realizarse.html>

Ibañez, J. (1992). La guerra incruenta entre cuantitativistas y cualitativistas [Entrada en el blog]. Recuperado de <https://www.sinnaps.com/blog-gestionproyectos/metodologia-cualitativa>

Ibarra, L. (2008). Historia de internet en El Salvador [Entrada en el blog]. Recuperado de <http://blogs.laprensagrafica.com/litoibarra/?p=17>

López Vallecillos, Í. (1987). *El periodismo en El Salvador*. San Salvador: UCA.

- Madrid, E. D. (2018). *¿Para qué se utiliza cada programa de Adobe?*. Recuperado de <https://esdima.com/para-que-se-utiliza-cada-programa-de-adobe/>
- Martinchuk, E. (2011). *El periodismo multimedia es una apuesta al futuro*. Recuperado de <https://maxitell.wordpress.com/2010/12/01/el-periodismo-multimedia-es-una-apuesta-al-futuro/>
- Martínez, F. H. (2016). *Ser periodista en el nuevo entorno tecnológico*. Recuperado de <http://www.cuadernosdeperiodistas.com/periodista-nuevo-entorno-tecnologico/>
- Medina, M. I. (2011). *Política fiscal y estrategia como factor de desarrollo de la mediana empresa comercial sinaloense. Un estudio de caso*. (Tesis de pregrado, Universidad Autónoma de Sinaloa). Recuperado de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html
- Morales, D. (2018). Los mejores programas para crear y editar vídeos en PC y Mac. Recuperado de <https://aulacm.com/programas-edicion-videos/>
- Rioja, U. N. (2012). *Prensa electrónica el periodismo en la era digital*. Recuperado de <https://sites.google.com/site/seminario1les/contenido-de-la-asignatura/Unidad-N3/2-Prensa-electronica-el-periodismo-en-la-era-digital/21-Justificacion-del-tema>
- Ruiz, J. G. (2016). ¿Qué herramientas debe conocer un periodista de hoy? [Entrada en el blog] Recuperado de <https://blogdemedios.com.ar/noticia/100187/queherramientas-debe-conocer-un-periodista-de-hoy>

Santamaria, P. (2013). *La segunda pantalla, ¿qué es exactamente?*. Recuperado de <https://www.xatakahome.com/servicios-de-smart-tv/la-segunda-pantalla-que-es-exactamente>

Significados.com (2018). *Significado de Fake News*. Recuperado de <https://www.significados.com/fake-news/>

Anexos

Preguntas para entrevista semidirigida

Cada una de las interrogantes fue analizada y discutida con el asesor.

1. ¿Qué recursos tecnológicos debe conocer y dominar un periodista multimedia?
2. ¿Qué herramientas utilizan para crear contenidos?
3. ¿Cómo es el trabajo de un periodista multimedia desde la cobertura hasta el envío de la información en tiempo real?
4. ¿Cuáles son las fortalezas de lo digital en el periodismo?
5. ¿Cuáles son las ventajas de la era digital y el periodismo multimedia?
6. ¿Cuáles plataformas de RRSS son las que generan mayor impacto en las audiencias?
7. ¿Las herramientas utilizadas para la generación de contenidos son brindadas por el medio de comunicación para el que usted labora o son propias?
8. ¿Qué desafíos presenta el periodismo multimedia?
9. ¿El periodismo multimedia exige un ejercicio ético y responsable? ¿Por qué?
10. ¿Qué roles desempeña el periodista multimedia al momento de crear contenidos informativos y difundirlos?
11. ¿Cuáles son las vulnerabilidades de ser un periodista multimedia?

12. ¿Las casas de estudio capacitan a los estudiantes de periodismo para insertarse en el nuevo mercado laboral, y con el suficiente dominio las nuevas tecnologías?

13. ¿Qué áreas del periodismo deberían de reforzar las universidades?

14. ¿El medio de comunicación capacita a los empleados para hacer buen uso de las nuevas tecnologías?

15. ¿El periodismo multimedia es una moda, tendencia o será el sustituto del periodismo tradicional? ¿Por qué?