

Universidad Tecnológica de El Salvador

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
TÉCNICO EN PERIODISMO



TEMA:

**PERIÓDICOS DIGITALES VERSUS REDES SOCIALES COMO FUENTE DE
INFORMACIÓN PERIODÍSTICA DE LA OPINIÓN PÚBLICA SALVADOREÑA:**

FACEBOOK

Flor de María Orellana Gutiérrez

Nelson Alexander Menéndez Montano

Cristopher Omar Pinto Campos

PARA OPTAR AL GRADO DE:
TÉCNICO EN PERIODISMO

Septiembre, 2019

San Salvador, El Salvador, Centroamérica

AUTORIDADES ACADÉMICAS

ING. NELSON ZÁRATE SÁNCHEZ

RECTOR

LIC. JOSÉ MODESTO VENTURA ROMERO

VICERRECTOR ACADÉMICO

LICDA. ANA ARELY VILLALTA DE PARADA

DECANO

JURADO EXAMINADOR

LIC. CARLOS VIRGILIO MARÍN ALFARO

PRESIDENTE

LICDA. KRHISNA ZULMA RETANA MORALES

PRIMER VOCAL

LIC. ANTONIO HERRERA PALACIOS

SEGUNDO VOCAL

SEPTIEMBRE, 2019

SAN SALVADOR, EL SALVADOR, CENTROAMÉRICA



ACTA DE EXAMEN PROFESIONAL

HABIÉNDOSE REUNIDO EL JURADO CALIFICADOR INTEGRADO POR:
Licda. Khrisna Zulma Retana Morales, Lic. Antonio Herrera Palacios, Lic. Carlos Virgilio
Marín Alfaro, a las 6:30a.m. del día Viernes, veintiuno de Junio de dos mil diecinueve.
Y LUEGO DE HABER DELIBERADO SOBRE EL EXAMEN PROFESIONAL DE LOS ALUMNOS:

<u>1-Flor de María Orellana Gutiérrez</u>	<u>Carnet 36-6138-2011</u>
<u>2-Nelson Alexander Menéndez Montano</u>	<u>Carnet 36-0045-2007</u>
<u>3-Cristopher Omar Pinto Campos</u>	<u>Carnet 36-3101-2016</u>

QUIEN PRESENTÓ DEFENSA DE SU TRABAJO DE GRADUACION TITULADO:
“Periódicos digitales versus redes sociales como fuente de información periodística de
la opinión pública salvadoreña: Facebook”

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, veintiuno de Junio de dos mil diecinueve.

F. [Signature]

PRIMER VOCAL

Licda. Khrisna Zulma Retana Morales

F. [Signature]

SEGUNDO VOCAL

Lic. Antonio Herrera Palacios

F. [Signature]

PRESIDENTE DEL JURADO

Lic. Carlos Virgilio Marín Alfaro

Índice

Introducción	i
Capítulo I Planteamiento del Problema	1
1.1 <i>Formulación del Problema</i>	1
1.2 <i>Justificación</i>	4
1.3 <i>Enunciado del Problema</i>	5
1.4 <i>Delimitación</i>	6
1.5 <i>Objetivo General</i>	6
1.5.1 <i>Objetivos específicos</i>	6
Capítulo II Marco Teórico	8
2.1 <i>Marco Teórico</i>	8
2.2 <i>Periodismo Digital</i>	10
2.3 <i>Facebook</i>	14
2.4 <i>Las Tecnologías de la Información y Comunicación</i>	20
2.5 <i>Redes Sociales en El Salvador</i>	21
Capítulo III Metodología	23
3.1 <i>Método</i>	23
3.2 <i>Muestra</i>	24
3.3 <i>Técnicas</i>	25
3.4 <i>Procedimiento</i>	25
3.5 <i>Monitoreo de los Medios</i>	25
Capítulo IV Análisis y Discusión de Resultados	36
4.1 <i>Encuesta</i>	36
4.2 <i>Cuadro Comparativo Publicaciones</i>	48
4.3 <i>Comparativa de Interacciones</i>	49
4.4 <i>Discusión</i>	50
Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones	52
5.1 <i>Conclusiones</i>	52
5.2 <i>Recomendaciones</i>	53
<i>Referencias</i>	55
<i>Anexos</i>	58

Introducción

Con la creación de Internet, por décadas se han desarrollado un sinnúmero de herramientas digitales que son conocidas como las Tecnologías de la Información y Comunicación, tanto así que en este tiempo su uso y desarrollo son una prioridad para el desarrollo humano.

Las TICs forman parte vital de las comunicaciones en la actualidad y por ello es de suma importancia conocer su desarrollo en la historia y las características que se emplean.

Con el surgimiento de las TICs nacen gran cantidad de redes sociales que según las revistas especializadas en tecnología es Facebook la red social más utilizada a nivel mundial superando, incluso, a las aplicaciones de mensajería como Whataspp.

Facebook es una plataforma multipropósito en la que interactúan instituciones y usuarios, y ello hace que su plataforma sea amigable y navegable, que son características que buscan los diferentes usuarios para acceder a información o compartir información.

Con el éxito actual de Facebook es necesario ver su vinculación local, y vincularlo con el tipo de información que consume, aislando para efectos de estudio la información periodística y relacionándola con la preferencia de consumo de información de los usuarios del país.

Capítulo I Planteamiento del Problema

1.1 Formulación del Problema

Las telecomunicaciones son todas las herramientas tecnológicas que mejoran la comunicación y vuelven a receptor en un interlocutor, y que hace que la comunicación sea inmediata a nivel mundial, interconectando a los individuos sin importar la distancia física. El internet es la herramienta informática por excelencia que sirve de soporte a la informática como a las telecomunicaciones.

El impacto que han tenido los periódicos digitales y las redes sociales ha sido notorio debido al crecimiento y penetración que éstos han logrado entre la opinión pública y que se ha venido incrementando año con año. Las nuevas plataformas, en especial Facebook, ha tenido una innovación al punto que se ha convertido en una de las herramientas más utilizadas para estar informados, por su inmediatez y su fácil acceso a noticias de último momento, sin embargo, se corre riesgo en cuanto a la veracidad de la información por el simple hecho de conocer su fuente o si pasó por algún filtro que garantice su veracidad.

Sin embargo, el creciente consumo de información en redes representa uno de los retos más importantes para los medios de comunicación tradicionales.

Esto genera una gran prueba para los medios como la prensa escrita, televisión y radio, pues obliga a una innovación para no pasar a la historia con la velocidad de crecimiento de la red social Facebook, generando una lucha por mantener sus audiencias.

Al llegar la tecnología de la información esta permite informar, interactuar con amigos y muchas veces con desconocidos, pero esta experiencia diaria y la visión que tenemos de la realidad se va formando, reformando o deformando en las redes sociales.

Las redes sociales han permitido que grupos económicos, grupos políticos, gobiernos de turno o grupos empresariales incidan en la opinión para lograr un beneficio que permita moldear las preferencias.

La comunicación con los medios masivos se ha convertido en una tendencia, ya que muchos de estos medios de noticias utilizan las redes para mantener una comunicación fluida con sus audiencias.

Las redes sociales tienen un protagonismo que crece día a día porque son generadoras de espacios de interacción, donde el internauta siente una mayor comodidad para expresarse.

Por la capacidad de interacción con autores y demás lectores, Facebook se ha convertido en la red social con más usuarios a nivel mundial, hasta enero de 2019 según el reporte Digital In 2019, Facebook reporta 2.167 millones de usuarios activos y, con ello, las diversas empresas que ofertan telefonía móvil ofrecen navegación gratuita para utilizar la aplicación Facebook, y esto hace que el usuario priorice el uso de esta red social como fuente de información de primera mano.

Lo anterior hace que los medios de comunicación tradicionales con edición digital, compitan con diversos medios alternativos que carecen de un directorio editorial y que, por ende, la veracidad de la información que divulgan puede ser puesta en duda por falta de fuentes e información, fuentes erróneas o falsas.

Según el estudio In News We Trust, realizado por la empresa de medios Teads a nivel global, se prevé que debido a las noticias falsas más del 75% de los consumidores de información busquen fuentes de noticias en las que confíen, luego que quedara en evidencia la desinformación de los sitios web de dudosa credibilidad, ya que sus lectores han detectado información maliciosa y tendenciosa de estos medios y buscan en el periodismo tradicional una fuente de información veraz y objetiva.

Ante esta situación surge la necesidad de conocer cómo los medios digitales utilizan las redes sociales (en nuestro caso Facebook) como instrumentos de producción y divulgación de información periodística y cómo inciden en la opinión pública salvadoreña, además de conocer cuál de las plataformas es más utilizada por los lectores para informarse, es decir, si las ediciones web de los medios o las redes sociales.

1.2 Justificación

Debido a que las redes sociales son relativamente recientes, resulta imposible no investigar el impacto que ha provocado el comunicar masivamente hechos noticiosos y cómo los periódicos digitales logran posicionarse proporcionando información a la población.

En los últimos años los periódicos digitales se han convertido en herramientas informativas, porque con la aparición de los teléfonos inteligentes, estos logran romper con la barrera de la distancia, es decir que la información por medios digitales llega donde la noticia impresa de un periódico normal no logra llegar.

Los periódicos digitales y las redes sociales se han vuelto importantes porque logran dar información en tiempo corto. Además, porque los lectores pueden informarse desde cualquier lugar donde se encuentren. Así mismo, ambas fuentes de noticia se han convertido en muchos casos en herramientas que permiten a la población tener una conciencia crítica de la realidad por ofrecer información de fuentes complementarias y gracias a esto la sociedad posee una diversa gama de información que genera un tema en específico.

Este documento marca un referente para nuevos estudios, ya que permitirá a los diferentes medios tener una guía para entender los métodos del lector en cuanto a acceso y preferencia de consumo de noticias, y así tomar decisiones

estratégicas para mejorar la interactividad de los lectores con el medio, así como mejorar la oferta informativa en su página web y redes sociales.

Con esta investigación se busca documentar en qué medida los periódicos digitales se complementan o no con la red social Facebook, desde la perspectiva de la preferencia de consumo de información y así ser el primer instrumento académico que investiga este fenómeno.

1.3 Enunciado del Problema

A través del paso de los años los medios han evolucionado debido a la integración de las plataformas sociales y la evolución de la tecnología, por tanto, las segundas pantallas se han convertido en la herramienta de información para los usuarios; sin embargo, Facebook ofrece a los periódicos digitales y a la opinión pública misma, ayudar a difundir la información que comparten, debido a que está en constante actualización y a los millones de usuarios que actualmente hacen uso de esta herramienta.

Por tanto, el Internet permite que la audiencia se informe de manera inmediata y por medio de las redes sociales resulta ser más factible para muchos, que entrar en la página oficial de un periódico digital, es decir las redes facilitan al momento de divulgar contenido periodístico.

En consideración a lo anterior, se plantea el siguiente enunciado de investigación: ¿En qué medida los periódicos digitales versus las redes sociales

son utilizados como fuente de información periodística por la opinión pública salvadoreña?

1.4 Delimitación

Por la amplia información que ofrece cada día Facebook es, por consumo, la red social con mayor número de usuarios y por ello el presente documento recolectará información entre el 1 de abril y el 6 de junio de 2019.

Como método de comparación se estudiarán los medios digitales www.elsalvador.com, www.laprensagrafica.com y elmundo.com.sv, por ser medios de mayor trayectoria en el país, y contar con su fan Page en la red social Facebook.

1.5 Objetivo General

Establecer en qué medida los periódicos digitales versus las redes sociales son utilizados como fuente de información periodística por la opinión pública salvadoreña

1.5.1 Objetivos específicos:

- Documentar cuál es la plataforma digital más factible y beneficiosa al momento de consumir información para la audiencia.
- Documentar la cantidad de interacción de los lectores en las notas publicadas en la edición web y la interacción en las notas publicadas en Facebook.

- Promediar la cantidad de información difundida en los periódicos digitales o página web y en la plataforma social Facebook.

Capítulo II Marco Teórico

2.1 Marco Teórico

Sobre la marcha el periodismo realiza su ejercicio de trasladar a la sociedad elementos diversos para el entendimiento de ella y sus fenómenos sociales, siendo la principal fuente de información que se respalda en fuentes y en el método científico verificando datos y testimonios.

“El periodismo es la actividad de recabar informaciones, seleccionaras, procesarlas recogerlas en un soporte y ofrecerlas a un postor o comprador público” (Álvarez, 2004, pág. 26).

Es indudable el espacio informativo de los medios de comunicación para el desarrollo de la sociedad salvadoreña. Con el paso del tiempo la información periodística ha permitido que se conozcan temas de cómo funciona el sistema político, sistema económico, el ejercicio del poder, la práctica democrática.

Con la creciente demanda de información y la aparición de las redes informáticas el periodismo cuenta con herramientas que, si bien por la abundante información podría realizar su tarea sin esfuerzo y por el exceso de información podría dar pie a diferentes aseveraciones desde datos inexactos a mentiras y arriesgar su credibilidad.

Por tal razón es importante tener en cuenta que la información se vuelve información periodística, cuando se aproxima a los hechos de manera exacta y

para que la información sea profesional debe ser reciente, inmediata y que circule.

El primer periódico nace 1715 en Londres, según lo refiere Polanco López 2009. Las tareas del periodismo no han variado en cuanto a su propósito: informar. Y es hasta el siglo 19, por medio de los avances tecnológicos y la agilización de las comunicaciones, mejora la distribución, así como reducción del analfabetismo y concentración de personas en ciudades.

Existe una coincidencia en cuanto al tiempo en el inicio del ciberperiodismo latinoamericano, ya que en 1995 es cuando la mayor parte de la región es de habla hispana. Y con ello nace el llamado periodismo digital, (Salaverría, Ciberperiodismo en Latinoamerica, 2016) y que “ampara todas las formas de periodismo que recurren a recursos digitales; comprende, por tanto, no sólo los medios de internet y las redes móviles sino también, por ejemplo, la televisión digital” (Michael & Poulin, 2000).

En El Salvador, en 1995 El Diario de Hoy hace su aparición con el sitio web elsalvador.com, y La Prensa Gráfica en 1996 (Salaverría, Ciberperiodismo en Latinoamerica, 2016, pág. 151), aunque dista desde la aparición del primer periódico impreso en El Salvador en 1824 (López Vallecillos, 1987), conserva su esencia de recopilar, procesar y publicar información.

Si bien los medios impresos ya poseían presencia en internet, no existía un medio exclusivamente digital, fue hasta abril de 1998 que nace el periódico digital

El Faro.net considerado el primer medio exclusivamente digital de Latinoamérica (Salaverría, Ciberperiodismo en Latinoamerica, 2016).

Elfaro.net es considerado uno de los medios más influyentes a pesar de sus ediciones semanales, y es hasta 2007 y 2009 que nacen otros medios digitales como son Revista Contrapunto y Diario La Página, que hasta la fecha de este documento se encuentran en funcionamiento (Salaverría, Ciberperiodismo en Latinoamerica, 2016).

2.2 Periodismo Digital

En los inicios de la Guerra Fría aparece el internet debido al miedo del departamento de Defensa de los Estados Unidos de América por la vulnerabilidad de su red de computación ante un posible ataque nuclear o atómico y así mantener las comunicaciones globales (Dominick, 2001, pág. 327).

Es hasta en diciembre de 1995 que en la Administración Nacional de Telecomunicaciones (ANTEL) se realizan las primeras pruebas y desarrollan el primer punto de presencia de El Salvador en internet, un esfuerzo interinstitucional que septiembre de 1994 gestionó a IANA (Internet Assigned Numbers Authority) y el InterNIC (Internet Network Information Center) (Ibarra Fernández, 2002).

En 1996 se establecen con éxito los primeros servidores físicos en el país albergados en la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas y la

Universidad Don Bosco; en marzo del mismo año ven a luz los sitios web de ambos entes educativos.

“Si el ciberperiodismo, periodismo digital o como quiera que lo llamemos es una modalidad del periodismo todavía en construcción, es lógico que la investigación en torno a esa variante apenas haya dado en estas dos décadas sus primeros pasos.” (Salaverría, Ciberperiodismo en Latinoamérica, 2016).

La difusión continua de contenido permite a la audiencia acceder a los contenidos informativos en cualquier momento y desde cualquier lugar. Los procesos del periodismo no han variado con el pasar del tiempo; su esencia la mantiene, si bien existen nuevas herramientas, no cambia los procesos.

El periodismo ha mutado y las audiencias forman parte clave de la divulgación ya que se ha convertido en un flujo fragmentado, expandido, ubicuo y que tiene el control de la trayectoria de la información, y por ello se vuelve parte esencial de la distribución de contenidos (López & Ciuffoli, 2012), siendo Facebook el responsable del 52 por ciento del total de material compartido de manera online según Addthis y Clearspring (The Next Web, 2011).

Todo este cambio lleva a que el periodismo de un giro y se ve en la necesidad de apegarse a las nuevas tecnologías para poder comunicar un hecho con un video, audio o foto, debido que todos los días las audiencias crecen de manera descomunal.

Desde el aparecimiento del 2.0, la web se ha vuelto el espacio del futuro para el periodismo, debido a que todos los días se encuentran nuevas aplicaciones y software que hacen más fácil y ágil la producción y distribución de mensajes, este cambio ha originado que los medios tradicionales televisión, radio, prensa hayan creado sus sitios en la web, para poder llegar a este tipo de audiencia que opina, interactúa y consume en internet.

Por eso los medios tradicionales y los periódicos virtuales son complementarios. La aparición de uno no debe suponer la desaparición del otro, ya que el negocio no es el soporte, sino la información. Debido a eso se debe comprender que el periodista es periodista y no es técnico en informática. Las computadoras solo son herramientas de trabajo, pero no son la esencia del trabajo del periodista, debido a esto no se debe confundir soporte con medio.

Con la evolución de la comunicación no todo es positivo, la divulgación de noticias por redes sociales, ha dado paso a términos nuevos como las FAKE NEWS. Concepto que se define como: “Una noticia falsa que se difunde con una libertad deliberada de engañar y que tiene dos características fundamentales: tener un objetivo claro y adquirir una apariencia de noticia real, precisamente para conseguir engañarnos (Berastegui, 2018)

El objetivo de una noticia falsa es ganar dinero, pero también puede tener un objetivo ideológico, permitiéndoles influir en el pensamiento de las sociedades hasta el punto de lograr que las personas se declinen por una línea ideológica.

El difundir noticias falsas realmente no es nuevo, han existido desde siempre al igual que la mentira, lo que ha cambiado es que antes las mentiras se quedaban en un pequeño círculo de amigos y ahora con las redes sociales su difusión es masiva y hasta nivel mundial y a una velocidad impresionante.

¿Sería válido preguntarnos si Fake New es igual a propaganda? La respuesta es que tiene mucho parecido, ejemplo se sabe que propaganda es un conjunto de métodos y técnicas que permiten divulgar un mensaje para atraer seguidores o influir en sus pensamientos y las Fake New son noticias falsas con un contenido pseudo periodístico que se difunde a través de portales de noticias, prensa, radio, televisión y redes sociales cuyo objetivo es la desinformación y el engaño

Por tal motivo se debe saber qué tipo de información se consume y, para eso se necesita de voluntad y tiempo, debido a que la mayoría no sabe rastrear la noticia ni identificar las fuentes.

Las características del periodismo digital son la hipertextualidad, multimedialidad y la interactividad (Salaverría, Redacción periodística para internet, 2005, pág. 21).

- Hipertextualidad

La capacidad de interconectar textos digitales entre sí, que hace referencia a un artículo y puede asociarse a otros documentos para complementar información o entes de estudio.

- Multimedialidad

Concierne a la utilización de al menos dos de los tres elementos fundamentales para informar: texto, imagen y sonido.

- Interactividad

Es la interacción del usuario con la información, que a su vez es la forma de navegar y el posible aporte del lector generando nueva información para entender o explicar un acontecimiento. Esta característica del periodismo digital permite crear sitios de debates en línea donde el lector tiene el espacio de comentar o preguntar en tiempo real. Haciendo sentir al lector que su opinión es valiosa para el medio de comunicación.

2.3 Facebook

Nace en 2004 como una red social exclusiva hacia un entramado digital que integra en un mismo lugar una plataforma de publicación personal, con una gran variedad de herramientas y aplicaciones (López & Ciuffoli, 2012, pág. 9).

Etapas de Facebook:

1. Una red de universitarios (2004-2006)

Un grupo de estudiantes de Harvard lanza la web thefacebook.com para permitir a los estudiantes del campus conectarse entre sí. El servicio se amplió en universidades como Stanford, Columbia y Yale, y cerró el año con un millón de usuarios activos.

Facebook era entonces una plataforma de páginas personales, que ofrecía la posibilidad de crear grupos (septiembre de 2004) publicar fotos (octubre de 2005), conectarse a través de teléfonos celulares (abril de 2006) y publicar notas (agosto de 2006).

2. Una red pública (2006-2007)

En 2006 la red se abre a todo usuario mayor de los trece años y se convierte en una red pública y gratuita como sus competidores Friendster y MySpace. El cambio fue acompañado con la entrada de anunciantes en los perfiles y grupos.

Además, se integraron el news feed y el mini feed. El primer consistía en crear una micropublicación por cada acción que el usuario realizaba en su perfil, y la segunda hacía que la primera acción se publicara en la página principal de todos sus amigos, volviéndose innecesario.

Ese mismo año Facebook dio un paso más en la apertura de su arquitectura al lanzar la funcionalidad de compartir (share) e insertar (embed) contenidos de otros sitios, como por ejemplo YouTube.

En octubre, Facebook lanzó su plataforma para acceder desde teléfonos móviles, y junto con Microsoft ampliaron la publicidad para cubrir los mercados internacionales. El broche de oro de esta apertura comercial llegó en noviembre con el lanzamiento de Facebook Ads, la plataforma de anuncios de Facebook.

3. Una red masiva y abierta (2008-2010)

El 2008 y el 2009 fueron años de expansión para Facebook, años marcados por acciones: la apertura de una herramienta para que el sitio pudiera ser traducido por los usuarios, el lanzamiento de Facebook Connect y la creación del botón “Me gusta”.

En diciembre de 2008 se abre Facebook Connect, una aplicación que abrió las puertas para que los usuarios pudiesen utilizar su identidad de Facebook en otros espacios como sitios y blogs. Esta implementación habilitó un camino de dos vías: por un lado, una vez que los usuarios se identifican en las páginas que tienen esta aplicación, el sitio integra la información del perfil del usuario y sus contactos de Facebook, es decir, lleva “su” red social a los sitios y páginas en los que participa; y por otro, las acciones que realiza el usuario, las notas que lee y los comentarios que escribe allí pueden ser enviados al NewsFeed de Facebook, lo que da una visibilidad adicional a los terceros que se integren, por ejemplo, los medios de comunicación.

A un año del lanzamiento de la aplicación, las estadísticas indicaban que más de 250.000 sitios en todo el mundo se habían integrado a la plataforma de Facebook a través de Facebook Connect y la tercera parte de los usuarios interactuaba con Facebook desde sitios externos.

Durante esta etapa, Facebook continuó incorporando servicios a la plataforma. Lanzó su chat y amplió los controles de privacidad con el lanzamiento de las “listas de amigos”, a través de las cuales los usuarios pueden otorgar diferentes permisos y segmentar mejor la información que publican.

En el 2009, la plataforma incorporó una nueva funcionalidad que marcó todo el camino siguiente de Facebook: “Me gusta” (Like button). A través de esta acción los usuarios pueden manifestar su gusto o acuerdo en las publicaciones de sus contactos de la red. Esta funcionalidad se creó y terminó reemplazando al “Hazte fan” de las páginas de Facebook y abrió un nuevo terreno de posibilidades, porque permitió conectar no sólo los gustos del usuario dentro de Facebook, sino también las afinidades en otros sitios, volviéndose así una herramienta de bookmarking, que empieza a consolidar el “grafo social” de Facebook.

Este movimiento de Facebook hacia otros sitios fue un punto de inflexión para que los grandes jugadores de Internet empiecen a ver este espacio con otros ojos. Por un lado, los retailers y sitios de e-commerce empiezan a ver y

usar a Facebook como un medio del cual sacar rédito para nuevos clientes; por otro, los medios de comunicación encuentran en Connect la herramienta para poder empezar a atraer y sacar rédito de la audiencia que ya había conquistado la red social.

4. Hacia una web social y personalizada (2010-2011)

El Protocolo Open Graph lanzado en abril de 2010, que permite el acceso al tesoro máspreciado de Facebook, la base de datos de los usuarios que incluye información cualitativa invaluable sobre sus gustos y preferencias.

Su creación y desarrollo marcan el inicio de una nueva etapa en la evolución de la plataforma, y una transformación en la relación de los usuarios con marcas, productos y servicios online. Para decirlo en forma sencilla, se trata de la apertura de Facebook hacia toda la Web y viceversa.

Los nuevos desarrollos incluyeron los botones “Me gusta” y “Recomendar” como opciones que cualquier sitio web puede sumar a su plataforma. También se lanzó el “Feed de actividad” (Activity feed) a través del cual se muestra en tiempo real la actividad de los “amigos” de un usuario en un sitio web.

Por ejemplo, si el usuario está “logueado” en Facebook y visita el sitio CNN.com, en el “Feed de actividad” verá qué artículos son compartidos, recomendados y comentados por sus “amigos” en Facebook.

El lanzamiento del Protocolo Open Graph marcó también el inicio de una nueva etapa en la relación entre Facebook y las compañías de medios de comunicación, quienes fueron las primeras en adoptar los plugins sociales en sus sitios web, incluyendo los botones “Me gusta” y “Compartir”, la posibilidad de “loguearse” en el sitio (Facebook Login) y comentar las noticias (Comment Box) con la identidad de Facebook.

La nueva fase de la relación Facebook/medios está protagonizada por las aplicaciones sociales de noticias (Social News Apps) desarrolladas por las principales compañías mediáticas a partir del Protocolo Open Graph, con las cuales buscan atraer tráfico a sus sitios, captar lectores y nuevas audiencias.

A través de estas aplicaciones, los usuarios de la red pueden leer, compartir y comentar noticias con sus “amigos” de Facebook dentro de la plataforma, y en algunos casos, en los sitios de noticias: Yahoo! News, The Washington Post, The Guardian, The Independent, The Daily, y más recientemente, The Huffington Post y USA Today son los socios de Facebook en esta nueva etapa.

Todo este cambio lleva a que el periodismo dé un giro y se ve en la necesidad de apegarse a las nuevas tecnologías para poder comunicar un hecho con un video, audio o foto, debido que todos los días las audiencias crecen de manera descomunal.

2.4 Las Tecnologías de la Información y Comunicación

“Cuando se hace referencia de las TICS, se deben de tener en cuenta tres cosas: las telecomunicaciones, la informática y las tecnologías del sonido y la imagen”, (Hernández de Jiménez, 2014, pág. 15).

La informática aglomera la diversidad de herramientas digitales que facilitan las diversas tareas que puede realizar el humano, como para la contabilidad lo han facilitado el software especializado, que automatiza el proceso, agiliza los procesos y mejora la calidad de la información.

Las tecnologías del sonido, imagen, audio y video se pueden usar como herramienta para comunicar a través de diferentes plataformas con acceso a internet.

Por otro lado, el internet y las bases de datos son una puerta abierta para el periodismo investigativo, debido a que muchas entidades públicas están obligadas a brindar información por medio de los portales. Dichas informaciones al ser analizada rigurosamente pueden dar pie a una investigación de los gastos del estado. En este sentido es importante el criterio periodístico para poder reconocer el valor y la veracidad de la fuente.

El crecimiento de las TICS se ha venido desarrollando de forma acelerada, gracias a la evolución científica dentro de las diferentes áreas de la tecnología como son: la electrónica, desarrollo de software, los satélites de comunicación y crecimiento de las comunicaciones a través del internet.

Actualmente las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICS) son de vital importancia porque permiten (Patru & Semenov, 2005):

- Fomentar el éxito personal sin ensanchar la brecha entre los más pobres y los más ricos;
- Apoyar modelos de desarrollo sostenible; y
- Ayudar a que una mayor cantidad de países construyan y utilicen un espacio de información, y no que unos pocos países y monopolios de los medios de comunicación masiva dominen la transmisión de información y la difusión de patrones culturales.

2.5 Redes Sociales en El Salvador

Los usuarios de las redes sociales de El Salvador están al alza según un estudio realizado en por LPG Datos de La Prensa Gráfica. En 2018 el 43.3 por ciento de los encuestados indicó que poseían acceso a Facebook por encima de Instagram 15% y Twitter 8%. (LPG Datos;, 2017) Anexo 1.

Entre los datos que destacan es que los usuarios de internet utilizan más la red de Facebook que el correo electrónico (31.6%)

En el histórico de las personas que acceden a internet a partir de 2012 la brecha digital se ha reducido el doble al comparar el acceso a internet en 2017. Del total de los encuestados, 21.3% aseguró en 2012 que poseía acceso a internet; en cinco años el número se ha duplicado llegando en 2017 al 44.6% de los medios que son analizados en el documento el primero en redes sociales es

La Prensa Gráfica, que creó su fan page el 21 de abril de 2010, la versión digital de El Diario de Hoy, elsalvador.com, nace el 10 de agosto de 2010, y el diario El Mundo el 27 de octubre del mismo año.

Medio de comunicación	Número de “Me Gusta”
La Prensa Gráfica	1,385,595
El Diario de Hoy	1,183,797
Diario El Mundo	848,345

Elaboración propia. Hasta 19 de mayo de 2019.

Según la Superintendencia General de Electricidad y Comunicaciones (SIGET), los usuarios hasta el primer trimestre de 2016 los suscriptores a internet son 395,307 (SIGET, 2016), que triplica los 148,228 suscriptores a internet en 2010 (Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones, 2010).

Capítulo III Metodología

3.1 Método

La investigación produce conocimiento basado en datos que permitirá tomar decisiones sobre los métodos que puedan ayudar a los medios a difundir información y a analizar las acciones sobre el tipo de contenido que sus lectores desean (Cárdenas, 2018), ya que el objetivo de la investigación es conocer las preferencias de consumo y acceso a noticias de manera digital, priorizando páginas web de los periódicos de mayor trayectoria y la red social Facebook.

Por medio del método cuantitativo se recolectan los datos que serán analizados, con el objetivo de medir; la preferencia del uso de las redes sociales y, sitios web.

Así mismo se realiza la captura de información por observación, en la que se busca documentar como interactúan los usuarios de Facebook con respecto a los usuarios que acceden al sitio web del medio.

Delimitación conceptual:

Si bien el fenómeno de las redes ha sido estudiado con otros propósitos el presente informe reúne los datos que podrán servir como materia prima para la generación de nuevas políticas de los diferentes medios de comunicación social.

Delimitación física-geográfica.

La investigación cuantitativa se delimita a nivel nacional por medio de aplicaciones web, ya que busca tener una muestra representativa para que los datos de este documento puedan ser utilizados en el futuro.

Delimitación temporal.

El instrumento alojado en la web comprende la captura de datos entre el 20 de mayo de 2019 y el 27 de mayo de 2019.

Método aleatorio por conglomerados de selección de muestra.

Se utiliza la fórmula para muestras que sobrepasan el universo de cien mil sujetos de estudio.

Universo: 395,307

Nivel de confianza: 80%

Margen de error: 5%

$$n = \frac{Z^2 * p(1 - p)}{e^2}$$

3.2 Muestra

Tomaremos como muestra la encuesta (Anexo 2) para ver el consumo de información noticiosa 2019, realizadas a salvadoreños mayores de 18 años.

3.3 Técnicas

La técnica a usar para la recolección de datos será la encuesta; y los resultados serán mostrados en gráficas de pastel y barra; y los datos de resultado serán mostrados de una forma sencilla para su fácil comprensión.

3.4 Procedimiento

A través de la observación constante de los hechos noticiosos que realizan los periódicos digitales en redes sociales, se ha tomado como referencia la noticias publicada el 23 de abril de 2019, en la que una mujer fue lesionada con arma blanca en zona residencial de Santa Elena, Antiguo Cuscatlán, La Libertad, y con ello se busca conocer la interactividad de los lectores con en medio en comparación con las publicaciones del mismo hecho en la red social Facebook.

3.5 Monitoreo de los Medios

La Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo desde las fechas 23 y 24 de abril del año 2019 hasta el 6 de junio de 2019.

23 de abril: Sitio web, La Prensa Gráfica



<https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/Apunalan-a-mujer-que-trotaba-en-Santa-Elena-Antiguo-Cuscatlan-20190423-0197.html>

COMENTARIOS	COMPARTIDO
1	NO POSEE INFORMACIÓN DISPONIBLE

Seguimiento en la página oficial de Facebook de la Prensa Gráfica:



LPG La Prensa Gráfica

23 de abril · 🌐

Una mujer fue atacada en las primeras horas de este martes mientras trotaba en el bulevar Orden de Malta en Antiguo Cuscatlán.



Información sobre este sitio web

LAPRENSAGRAFICA.COM

Apuñalan a mujer que trotaba en Santa Elena, Antiguo Cuscatlán



2220

256 comentarios

864 veces compartida

 Me gusta

 Comentar

 Compartir



REACCIONES	COMENTARIOS	COMPARTIDO
2220	256	864

23 de abril: Sitio web, La Prensa Gráfica



<https://www.laprensagrafica.com/elsalvador/Este-26-de-abril-habra-un-mediodia-sin-sombras-en-San-Salvador-por-fenomeno--20190423-0257.html>

COMENTARIOS	COMPARTIDO
0	NO POSEE INFORMACIÓN DISPONIBLE

Seguimiento en la página oficial de Facebook de la Prensa Gráfica:



LPG La Prensa Gráfica

23 de abril · 🌐



Este fenómeno astronómico ocurrirá el próximo viernes 26, a las 11:54 de la mañana. Conozca de qué trata.



LAPRENSAGRAFICA.COM

Este 26 de abril habrá un mediodía “sin sombras” en San Salvador por fenómeno

 1662

95 comentarios 823 veces compartida

REACCIONES	COMENTARIOS	COMPATIDO
1662	95	823

24 de abril: Sitio web, El Salvador.com (El diario de Hoy)

Sospechosos de apuñalar a mujer que trotaba en Santa Elena asaltaron horas antes a una pareja, según la Policía

Según las autoridades, los delincuentes operaban entre Santa Tecla y Antiguo Cuscatlán.



Foto EDH/Lisette Monterrosa

POR DAVID MARROQUÍN | ABR 24, 2019- 17:29 |



La Policía Nacional Civil (PNC) presentó a un hombre a quien señalan como responsable de conducir el vehículo del cual otros sujetos se bajaron para atacar con arma blanca a una corredora en la residencial Santa Elena,

<https://www.elsalvador.com/noticias/nacional/sospechosos-de-apunalar-a-mujer-que-trotaba-en-santa-elena-asaltaron-horas-antes-a-una-pareja/587193/2019/>

COMENTARIOS	COMPARTIDO
11	NO POSEE INFORMACIÓN DISPONIBLE

Seguimiento en la página oficial de Facebook de El Salvador.com (El Diario de Hoy):


elsalvador.com

24 de abril ·

#Noticias Por la información recabada en investigaciones, autoridades afirman que estos delincuentes operaban entre Santa Tecla y Antiguo Cuscatlán.



Información sobre este sitio web

EL SALVADOR.COM

Sospechosos de apuñalar a mujer que trotaba en Santa Elena asaltaron horas antes a una pareja, según la Policía |




126

31 comentarios
17 veces compartida

24 de abril: Sitio web, El Salvador.com (El Diario de Hoy)

REACCIONES	COMENTARIOS	COMPARTIDO
126	31	17



<https://www.elsalvador.com/fotogalerias/deportes-fotogalerias/el-emotivo-acto-de-solidaridad-de-los-runners-con-la-corredora-atacada-con-arma-blanca-en-santa-elena/586995/2019/>

COMENTARIOS	COMPARTIDO
2	NO POSEE INFORMACIÓN DISPONIBLE

Seguimiento en la página oficial de Facebook de El Salvador.com (El Diario de Hoy):



elsalvador.com

24 de abril · 🌐

[GALERÍA] La comunidad de corredores realizó un gesto de solidaridad con la compañera que fue atacada con arma blanca ayer mientras realizaba ejercicio en el bulevar Orden de Malta, en Santa Elena.



ELSALVADOR.COM

El emotivo acto de solidaridad de los runners con la corredora atacada con arma blanca en Santa Elena



143

14 comentarios

20 veces compartida

REACCIONES	COMENTARIOS	COMPARTIDO
143	14	20

23 de abril: Sitio web Diario El Mundo

WhatsApp icon Email icon 51% 3:09 PM

EL MUNDO ☰

Apuñalan a mujer mientras se ejercitaba en bulevar Orden de Malta

Redacción web / DEM
| martes 23, abril 2019 - 8:44 am

Twitter Facebook WhatsApp LinkedIn Email



Una mujer fue apuñalada mientras se ejercitaba en el bulevar Orden de Malta en la urbanización Santa Elena,

⬆

<https://elmundo.sv/apunalan-a-mujer-mientras-se-ejercitaba-en-bulevar-orden-de-malta/>

COMENTARIOS	COMPARTIDO
3	NO POSEE INFORMACIÓN DISPONIBLE

Seguimiento de la página oficial de Facebook de Diario El Mundo:



Diario El Mundo
 23 de abril · 🌐

...

#EsNoticia | El hecho se registró en las primeras horas de este lunes en la urbanización Santa Elena, en Antigua Cuscatlán > dem.sv/zakoh



ELMUNDO.SV

Apuñalan a mujer mientras se ejercitaba en bulevar Orden de Malta

Una mujer fue apuñalada mientras se ejercitaba en el bulevar Orden de Malta, en la urbanización Santa Elena, municipio de Antigua Cuscatlán,...




18

2 veces compartida

REACCIONES	COMENTARIOS	COMPARTIDO
18	NO POSEE	2

Capítulo IV Análisis y Discusión de Resultados

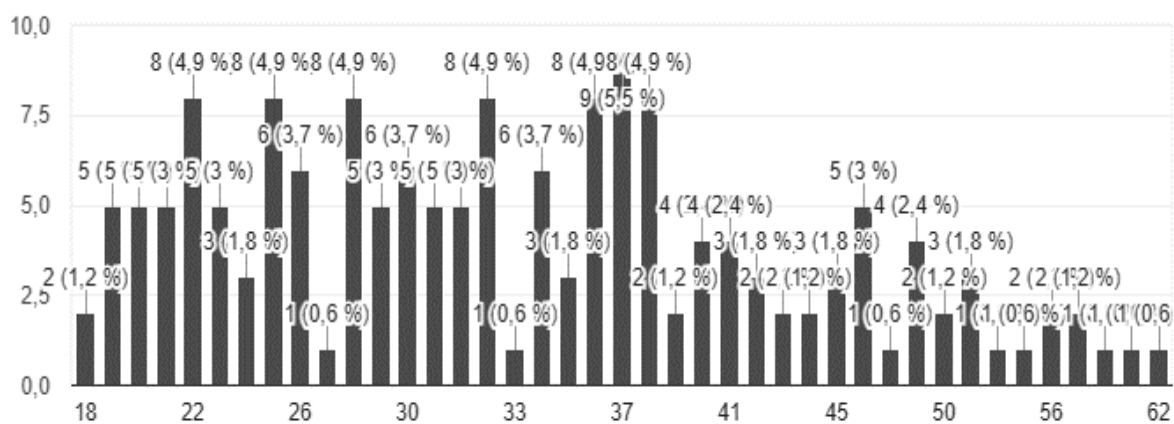
4.1 Encuesta

164 salvadoreños mayores de 18 años y que poseen acceso a internet participaron en la encuesta, manteniendo los datos de la muestra que le da validez a la información: Muestra representativa de 164 del universo finito de 395,307 usuarios de internet, se mantiene el 80% de nivel de confianza y el margen de error en 5%.

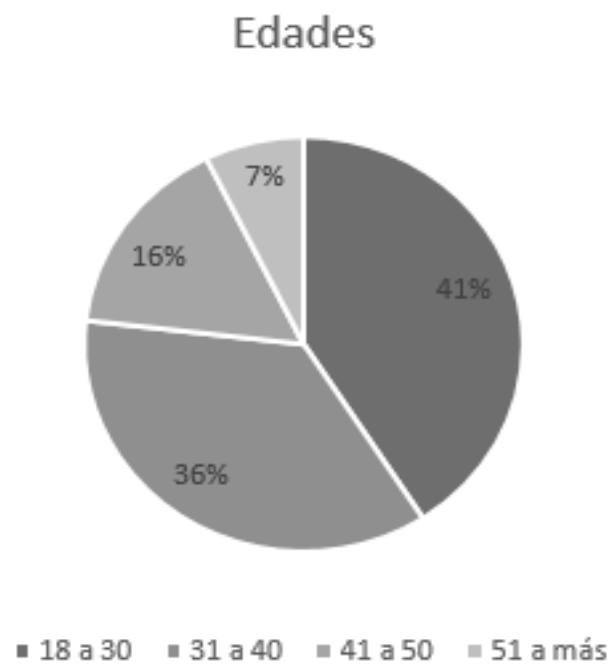
Pregunta 1: ¿Cuál es su edad?

Grafica 1

¿Cuál es su edad?

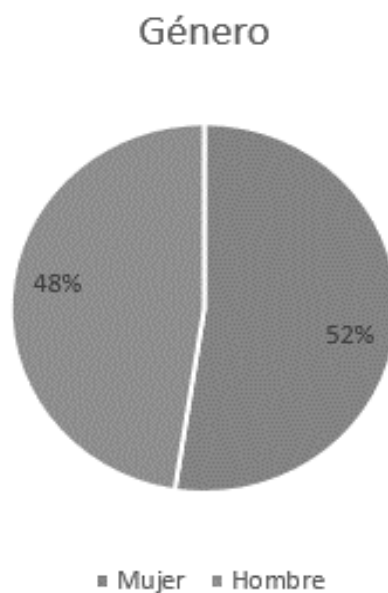


Si bien uno de los requisitos para realizar la encuesta fue ser mayor de 18 años, la edad máxima registrada es de 62 años.



Pregunta 2: ¿Cuál es su género?

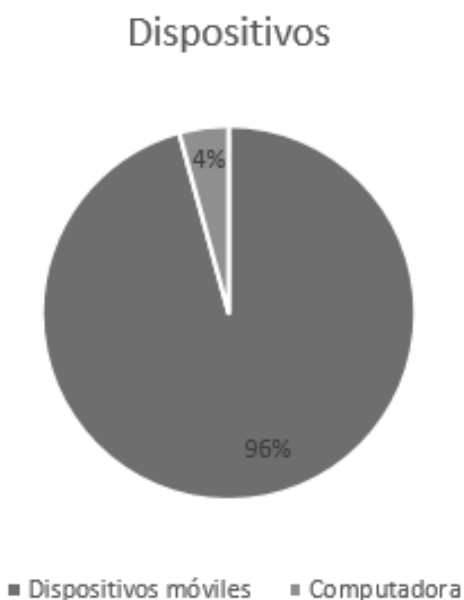
Gráfico



Se han determinado cuatro segmentos de edades de los cuales el grupo con mayor participación es el de encuestados de 18 a 30 años con el 41%, seguidos del segmento de 31 a 40 años con el 36%, el segmento de 41 a 50 años con el 16% y en menor participación el de 51 a más años con el 7%.

Pregunta 3: ¿Desde qué dispositivo accede habitualmente a internet? Selección múltiple.

Gráfica



El 96% de los encuestados poseen acceso a internet por medio de dispositivos móviles como teléfonos inteligentes y tablet. Solo el 4% de los entrevistados no posee acceso por dispositivos móviles y solo accede a internet desde computadoras de escritorio o laptops.

Pregunta 4: De la lista anterior, ¿cuál es el dispositivo con acceso a Internet que más utiliza en una semana normal?

Gráfica

Dispositivo más utilizado

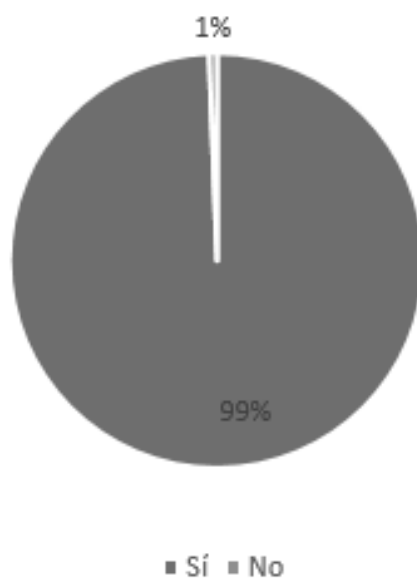


El dispositivo más usado de forma habitual es el teléfono inteligente, asegura el 91% de los entrevistados; mientras que el 9% prefiere utilizar de manera habitual la computadora de escritorio o laptop.

Pregunta 5: ¿Tiene acceso a redes sociales?

Gráfica

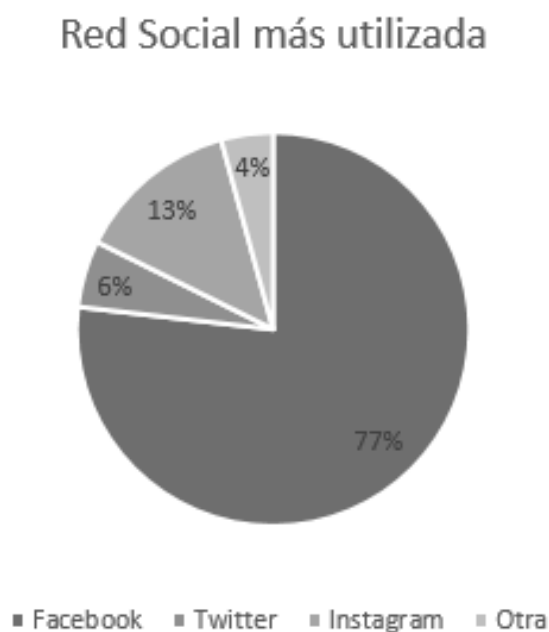
Acceso a Redes Sociales



Del total de los encuestados, solo el 1% no posee acceso a redes sociales y el restante 99% tiene acceso a ellas.

Pregunta 6: ¿Cuál es la red social que más utiliza? (Sin incluir aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp).

Gráfica

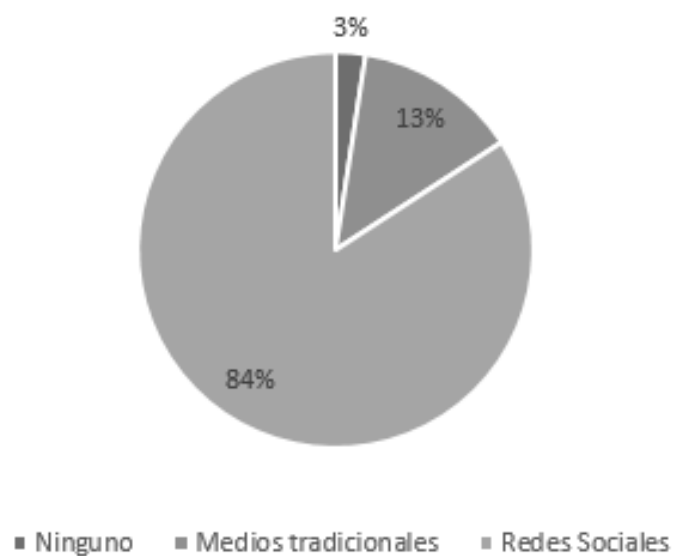


La red mayor utilizada por los salvadoreños, excluyendo aplicaciones de mensajería instantánea, es Facebook con el 77% de preferencia sobre Instagram, con el 13%; Twitter con el 6% y otras plataformas con el 4%.

Pregunta 7: ¿Para obtener información noticiosa del diario acontecer a qué sitio de noticias acude? Respuesta espontanea.

Gráfica

Preferencia de consumo diario acontecer

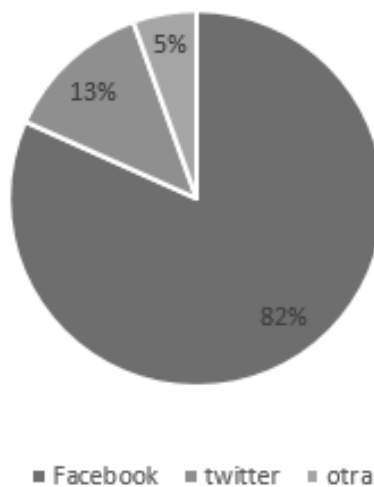


El 84% de la población prefiere informarse del diario acontecer por medio de las redes sociales; el 13% lo hace por medios tradicionales y el 3% asegura no busca informarse del diario acontecer.

Pregunta 8: ¿Por cuál red social se informa con más frecuencia?

Gráfica

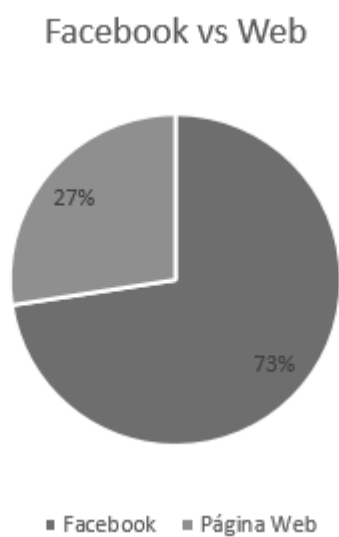
Red social preferida para obtener información



Facebook encabeza la preferencia entre las redes sociales que son utilizadas con más frecuencia para informarse, con el 82%, Twitter con el 13% y con el 5% que asegura que utiliza otras redes sociales.

Pregunta 9: ¿Pensado en el mes anterior usted prefiere entrar al sitio web noticioso o informarse por Facebook?

Gráfica

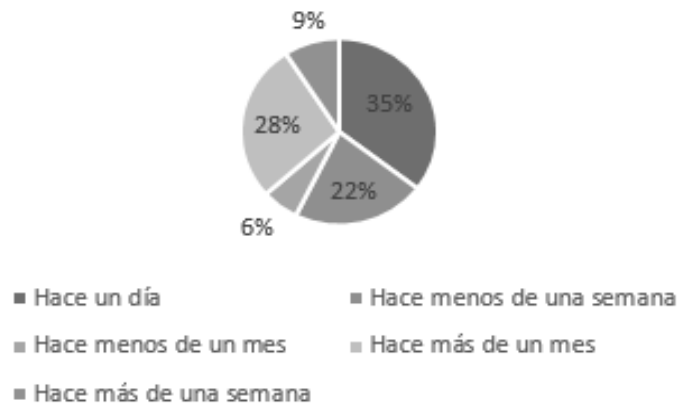


Facebook, con el 73%, encabeza la preferencia para informarse, sobreponiéndose a las páginas web de los medios con el 27%.

Pregunta 10: ¿Cuándo fue la última vez que entró directamente a un sitio de noticias sin entrar primero a Facebook?

Gráfica

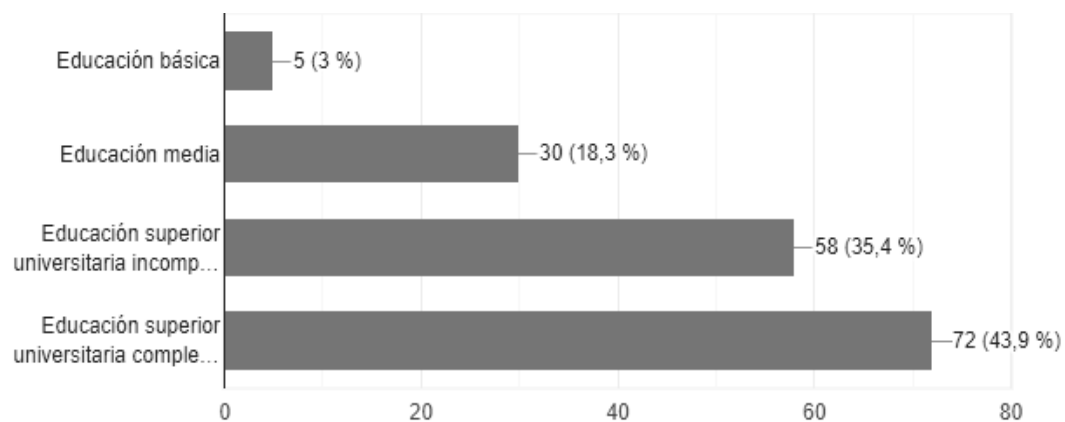
¿Cuándo fue la última vez que entró directamente a un sitio de noticias sin entrar primero a Facebook?



El 34,8% asegura que hace un día accedió por última vez en alguna página web de algún medio de comunicación, sin pasar por Facebook; el 27,4% hace más de un mes; 22% hace menos de una semana; 9,1% hace más de una semana; y el 6,1% hace menos de un mes.

Pregunta 11: ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

Gráfica



La mayor parte de los encuestados posee educación superior o universitaria completa 43,9%; el 35,4 educación superior o universitaria incompleta; el 19,3 educación media; y el 3% educación básica.

4.2 Cuadro Comparativo Publicaciones

Tabla comparativa de cantidad de publicaciones realizadas en Facebook y sitio de web de El Diario de Hoy y La Prensa Gráfica.

Medios de comunicación	Cantidad de publicaciones en páginas web	Cantidad de publicaciones en red social Facebook	Cantidad de veces que es compartida la publicación	Qué elementos multimedia utilizan en redes sociales
La Prensa Gráfica	Un promedio de 30 publicaciones diarias	En promedio 50 publicaciones diarias en todas sus secciones	Arriba de 100 personas comparten la información publicada por el medio	Videos Fotografías Hipervínculos Fotogalería
El Diario de Hoy	Un promedio de 30 publicaciones diarias	En promedio 50 publicaciones diarias en todas sus secciones	Arriba de 80 personas comparten la información publicada por el medio	Videos Fotografías Hipervínculos Fotogalería

4.3 Comparativa de Interacciones

El cuadro muestra que en cuanto a interacción es Facebook la plataforma más accesible para interactuar con el medio y con otros usuarios; siendo el sitio web el que no posee interacción alguna entre audiencia y el medio.

Medios	Facebook			Sitio web
	Comentarios	Reacciones	Compartido	Comentarios
El Diario de Hoy	45	269	37	13
La Prensa Gráfica	351	3912	1687	1
Diario El Mundo	0	18	2	3
TOTAL	396	4199	1726	17

Gráfico



4.4 Discusión

Debido a que no existe estudio académico que demuestre la preferencia de consumo de información noticiosa a través de redes sociales, este estudio se presta como base de estudios futuros que traten de entender este fenómeno de las redes sociales.

Si bien en su momento las redes sociales se consideran herramienta de generación y divulgación del diario acontecer, son las redes las que, según el apartado anterior, se consolidan como plataforma por excelencia para que las audiencias se mantengan informadas.

Con la creciente demanda de teléfonos inteligentes y el creciente acceso a internet según datos oficiales de la Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones (SIGET), los medios tradicionales crearon sus propias webs para mantener sus audiencias, no pueden competir con Facebook, ya que integra diferentes herramientas y unifica diferentes fuentes informativas en una sola vista o aplicación.

El presente estudio demuestra que casi en su totalidad los salvadoreños con acceso a internet poseen una cuenta en las diferentes redes sociales y que Facebook encabeza por mucho la preferencia como fuente de información primaria y que si bien las audiencias basan el acceso por preferencias de medios, es Facebook quien ofrece la información luego de acceder a toda la información

personal de los usuarios para brindar una mejor experiencia, e incluso invita a sus usuarios a comentar y debatir sus publicaciones.

Ya estudios nos han demostrado la creciente población que accede a Facebook y que ya se establecía su preferencia sobre otras redes sociales en un ámbito general (LPG Datos; 2017).

Este documento el que además de ratificar la preferencia brinda datos de consumo de información noticiosa, colocando a Facebook como principal fuente de información por la mayor parte de salvadoreños con acceso a internet.

Asimismo, los dispositivos móviles se colocan como principal instrumento para acceder a información, desplazando por mucho a los medios tradiciones según los resultados de la encuesta realizada a una muestra representativa, según datos de SIGET.

La mayor parte de la población con acceso a internet desplaza a las versiones web de los medios digitales, a pesar que la mayor parte de sitios ha sido adaptado para dispositivos móviles, manteniendo a Facebook como principal fuente de información sobre ellos, y esto se debe atribuir en gran medida a los resultados de la encuesta sin importar edad el principal dispositivo para acceder a internet es el teléfono inteligente.

Los resultados de la encuesta confirman que Facebook es la principal plataforma donde los salvadoreños prefieren acceder para informarse del diario acontecer.

Capítulo V Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

A partir de los resultados de la encuesta que duró un periodo de 15 días, se determinó que más del 70 por ciento de los encuestados prefiere consumir noticias por la red social Facebook.

Al realizar un monitoreo de los medios impresos, que cuentan con perfiles en Facebook, se constató que los lectores no leen las noticias completas, quedándose solamente con la información que brinda el titular y con los comentarios que genera la noticia esto conlleva que los lectores comenten y generen información distorsionada, dando paso a la desinformación.

La gran demanda de acceso a información por medio de Facebook beneficia de forma primordial a la interacción con el medio que busca ejercer su libertad de expresión por medio de la red social y no de la fuente de origen alojada en la página web del medio, si bien la interacción es solo entre lectores se brinda un importante espacio para comentar sobre el tema y brindar mayor información que complementa o muestra diversos puntos de vista.

Si bien es cierto que los medios tradiciones, como la Prensa Gráfica, El Diario de Hoy y Diario El Mundo no distorsionan la noticia partiendo que su objetivo es comunicar un hecho noticioso; también en los últimos años han surgido periódicos digitales que tienen una tendencia clara a desinformar y generar confusión.

Lo anterior contribuye a que la generación actual, que consume noticias por la red social Facebook, carezca de criterio y opinión, construyendo una visión de país completamente sesgada y marcada por estereotipos violentos.

5.2 Recomendaciones

Por la información recopilada en este documento propone que los medios de comunicación estudien la forma de compartir información en Facebook, ya que se comprobó que la mayor parte de salvadoreños consume noticias desde dicha red social.

Los medios deben crear mecanismos para mejorar la interacción con su audiencia, ya que, según la observación, solo existe comunicación entre la audiencia, y por ello es necesario habilitar acciones donde el medio establezca una comunicación bidireccional con el usuario.

Sumado a lo anterior, la audiencia solo interactúa en Facebook, por lo cual es necesario que los medios creen herramientas en sus sitios web, para que la interacción no se limite solamente a la red social.

Los medios deben de adaptarse a crear contenido para dispositivos móviles, en especial teléfonos inteligentes, beneficiando a la audiencia y al medio al mostrarse como un sitio web accesible.

Los datos de esta investigación muestran información sólida, pero con la creciente demanda por conocer contenido informativo por medio de redes sociales y el aumento de personas con acceso a internet en El Salvador,

recomendamos tomar como referencia este informe, ya que es pionero en asegurar que la mayor parte de salvadoreños consumen información por Facebook.

Referencias

- Álvarez, J. T. (2004). Los medios y el desarrollo de la sociedad occidental. En C. Barrera (Coord.), *Historia del periodismo universal* (pp. 25-39). Barcelona, España: Ariel.
- Cárdenas, J. (2018). *Investigación cuantitativa*. Berlín, Alemania: trAndeS. Programa de Postgrado en Desarrollo Sostenible y Desigualdades de la Región Andina.
- Dominick, J. R. (2001). *La dinámica de la comunicación masiva* (6^a ed.). México, D.F., México: McGraw-Hill/Interamericana.
- Hernández de Jiménez, E. L. (2014). *Impacto de la apropiación de las TIC en los profesores universitarios para el desarrollo de un aprendizaje significativo: Experiencias docentes*. San Salvador: Universidad Don Bosco.
- Ibarra Fernández, R. A. (2002). *Network Startup Resource Center* [versión de Adobe Acrobat Reader]. Recuperado de <https://nsrc.org/regions/CENTRAM/SV/Internet-SV-04-2002.PDF>
- López Vallecillos, Í. (1987). *El periodismo en El Salvador bosquejo histórico-documental precedido de apuntes sobre la prensa colonial hispanoamericana* (2^a ed.). San Salvador: UCA.
- López, G. y Ciuffoli, C. (2012). *Facebook es el mensaje: oralidad, escritura y después*. Buenos Aires, Argentina: La Crujía.

- LPG Datos. (2017). *Penetración de las redes sociales en El Salvador*. Recuperado de https://infogram.com/penetracion_de_las_redes_sociales_en_el_salvador mayores_de_18_anos
- Meneses Berastegui, G. (2018). *Las fake news: quién las crea, para qué y cómo se propagan*. Recuperado de <http://www.unicode.cafe/mentiras-y-verdades/las-fake-news-quien-las-crea-para-que-y-como-se-propagan>
- Michael, R. & Poulin, M. (2000). *Digital television fundamentals: Design and installation of video and audio systems*. New York, United States of America: McGraw-Hill.
- Salaverría, R. (2005). *Redacción periodística para Internet*. Navarra, España: Universidad de Navarra.
- Salaverría, R. (2016). Ciberperiodismo en Iberoamérica: marco general. En R. Salaverría (Coord.), *Ciberperiodismo en Latinoamérica* (pp. XV-XXXIV). Madrid, España: Fundación Telefónica.
- Semenov, A. (2005). *Las tecnologías de la información y la comunicación en la enseñanza. Manual para docentes o cómo crear nuevos entornos de aprendizaje abierto por medio de las TIC*. Montevideo, Uruguay: Trilce.
- Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones. (2010). *Formulario DRT-MII- 2010*. Recuperado de <https://www.siget.gob.sv/?wpdmact=process&did=NjEuaG90bGluaw>

Superintendencia General de Electricidad y Telecomunicaciones. (2016).

Indicadores I trimestre 2016. Recuperado de <https://www.siget.gob.sv/?wpdmact=process&did=NDM1LmhvdGxpbms>

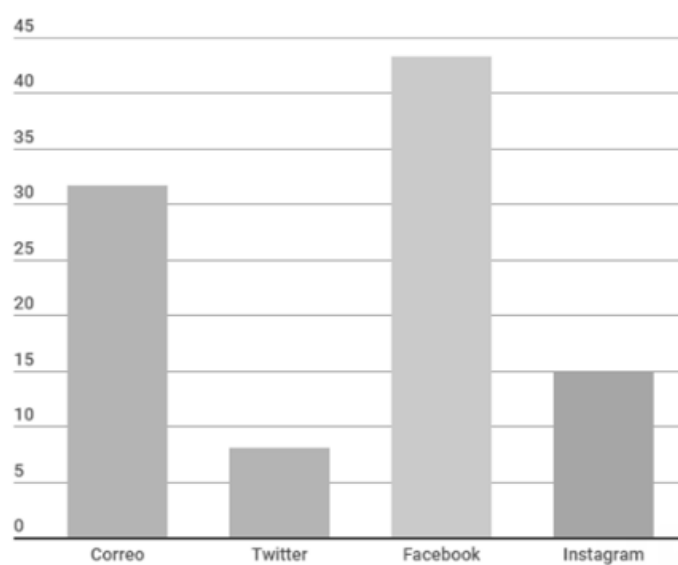
The Next Web. (2011). *AddThis: Facebook is responsible for 52.1% of all sharing online* [Infographic]. Recuperado de <https://thenextweb.com/socialmedia/2011/12/13/addthis-facebook-is-responsible-for-52-1-of-all-sharing-online-infographic/>

Anexos

Anexo 1.

Penetración de las redes sociales en El Salvador (mayores de 18 años)

LPG Datos
2017



Anexo 2.

PREGUNTAS	RESPUESTAS	164
-----------	------------	-----

Consumo de información noticiosa 2019

Consumo de información 2019 de personas mayores de 18 en El Salvador.

¿Cuál es su edad? *

Texto de respuesta corta

¿Cuál es género? *

☐ Hombre

☐ Mujer

☐ Otra...

¿Desde qué dispositivo accede a Internet? *

☐ Teléfono inteligente

☐ Tablet

☐ Computadora (Escritorio o laptop)

☐ Otro

¿De la lista anterior cual es el dispositivo con acceso a Internet que más utiliza en una semana normal? *

Texto de respuesta corta

¿Tiene acceso a redes sociales? *

☐ Sí

☐ No

¿Cuál es la red social que más utiliza? (Sin incluir aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp) *

1. Facebook
2. Twitter
3. Instagram
4. Otra

¿Para obtener información noticiosa del diario acontecer a qué sitio de noticias acude? *

Texto de respuesta larga

¿Por cuál red social se informa con más frecuencia? *

- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Otra

¿Pensado en el mes anterior usted prefiere entrar al sitio web noticioso o informarse por Facebook? *

- ☐ Sitio Web
- ☐ Facebook

¿Cuándo fue la última vez que entró directamente a un sitio de noticias sin entrar primero a Facebook? *

1. Hace un día
2. Hace menos de una semana
3. Hace más de una semana
4. Hace menos de un mes
5. Hace más de un mes

¿Cuál es su nivel de escolaridad? *

- ☐ Educación básica
- ☐ Educación media
- ☐ Educación superior universitaria incompleta
- ☐ Educación superior universitaria completa