



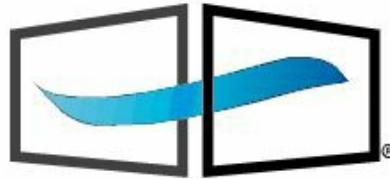
**EDITORIAL
DIGITAL**
TECNOLÓGICO DE MONTERREY

PERIODISMO EFECTIVO EN LA RED



CLAUDIA ALICIA
LERMA NORIEGA

Editorial



EDITORIAL DIGITAL

TECNOLÓGICO DE MONTERREY

El Tecnológico de Monterrey presenta su primera colección de eBooks de texto para programas de nivel preparatoria, profesional y posgrado. En cada título, nuestros autores integran conocimientos y habilidades, utilizando diversas tecnologías de apoyo al aprendizaje.

El objetivo principal de este sello editorial es el de divulgar el conocimiento y experiencia didáctica de los profesores del Tecnológico de Monterrey a través del uso innovador de la tecnología. Asimismo, apunta a contribuir a la creación de un modelo de publicación que integre en el formato eBook, de manera creativa, las múltiples posibilidades que ofrecen las tecnologías digitales.

Con su nueva Editorial Digital, el Tecnológico de Monterrey confirma su vocación emprendedora y su compromiso con la innovación educativa y tecnológica en beneficio del aprendizaje de los estudiantes.

www.ebookstec.com

ebookstec@itesm.mx

Autora

CLAUDIA ALICIA
LERMA NORIEGA

Profesora del Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey.

Es Doctora en Comunicación por la Universidad Complutense de Madrid. Profesora del Departamento de Comunicación y Periodismo e investigadora adscrita al Centro de Investigación de la Comunicación, del Campus Monterrey.

Autora del libro “Documentos digitales” y de diversos textos publicados en libros y revistas de investigación de la comunicación. Sus principales líneas de investigación se centran en el ciberperiodismo en México, la usabilidad web, y la enseñanza del periodismo digital.

[Haz clic aquí para ver el video de bienvenida.](#)

Introducción del eBook

La convergencia de medios en esta sociedad digital ha desembocado en una serie de cambios en la manera de manejar y exponer la información. Es ya innegable la importancia que está teniendo la difusión de información a través de Internet, en parte, debido al crecimiento del uso de la red en el mundo. en una serie de cambios en la manera de manejar y exponer la información. Es ya innegable la importancia que está teniendo la difusión de información a través de Internet, en parte, debido al crecimiento del uso de la red en el mundo.

Este cambio en los procesos de producción de la información ha repercutido también en las habilidades y aptitudes de los periodistas. Un periodista cuyo trabajo requiera que su información se difunda a través de cualquier opción que Internet le brinda, debe necesariamente dominar las herramientas tecnológicas, conocer los formatos periodísticos nuevos y usar un lenguaje adecuado si quiere que sus ideas trasciendan y sobresalgan de entre los millones de páginas de información que diariamente se encuentran en la red.

Este libro permitirá que el futuro periodista o el periodista en ciernes, que busca ocupar un lugar trascendente en el espacio digital, conozca las formas más prácticas y necesarias para ejercer su profesión en Internet.

En este texto se verán los procesos que involucran al periodismo digital desde la recopilación informativa hasta su redacción y publicación a través de ejercicios, ejemplos y material informativo que permitirá conocer y acercarse a los recientes modelos de comunicación. Se incluyen, así mismo, las pautas que han hecho que se desarrolle un nuevo medio periodístico; los diferentes formatos que Internet ofrece al periodista y cuáles deben ser sus características y formatos, y por último, las pautas éticas que guían al periodista digital y las distintas formas de desarrollar su profesión en Internet.

Mapa de contenidos



PRIMERA PARTE: Sociedad digital

[1. Generalidades de la sociedad digital](#)

[2. Del periodismo tradicional al periodismo participativo y al periodismo ciudadano](#)

[3. Características del medio digital informativo](#)

SEGUNDA PARTE: Formatos de Internet

[4. Objetivo de un medio web](#)

[5. Contenidos web](#)

[6. Diseño para Internet](#)

[7. Herramientas del periodismo digital](#)

TERCERA PARTE: Ética y desarrollo informativo independiente

[8. Periodismo freelance](#)

[9. Ética y seguridad en Internet](#)

[10. Comercialización del producto periodístico](#)

Capítulo 1. Generalidades de la sociedad digital

Organizador temático



Getty Images/iStockphoto/[Photos.com](https://www.gettyimages.com/photos.com)

PRIMERA PARTE: Sociedad digital

1. Generalidades de la sociedad digital

[1.1 Qué es la sociedad digital](#)

[1.2 Mecanismos para interactuar en la sociedad digital](#)

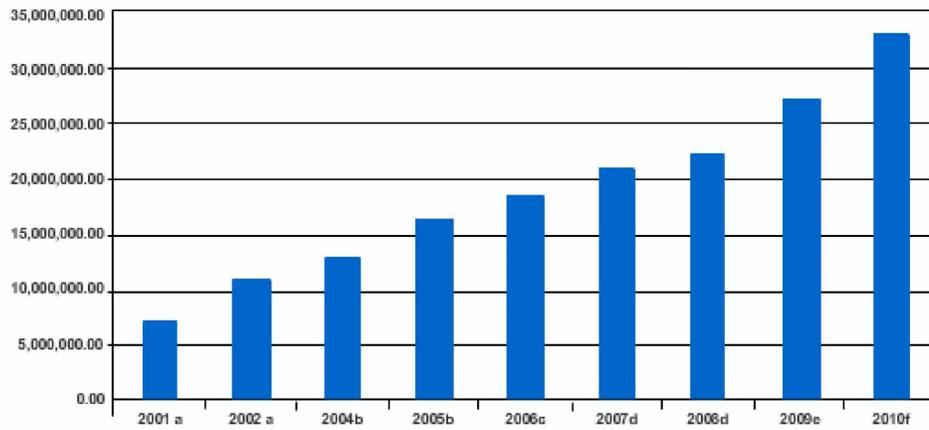
Generalidades de la sociedad digital

Las tecnologías de información y comunicación se van insertando en la sociedad y llegan a influir en la interacción social, en los hábitos de consumo y en el manejo de la información.

Los avances de Internet están cambiando la manera en que la información se produce, se transmite, se conserva y se transforma. Internet ha venido a cambiar además las relaciones sociales a todos los niveles y en todos los sectores, con un mayor énfasis en el manejo de información y datos que resultan tan importantes para la práctica periodística.

La convergencia que se está dando en Internet, consecuencia de la presencia de prensa, radio y televisión, ha hecho que se adapten géneros y espacios a las características que la red establece. La adaptación obliga a que se den elementos extras a lo que ofrecen los medios tradicionales de información y que resulten atractivos para el nuevo público. El sólo hecho de trasladar al Internet lo elaborado para el medio convencional supondría brindar un valor agregado que la sociedad está esperando y que se refleja en parte en el incremento de usuarios de Internet en México (ver [Figura 1](#)).

Usuarios de Internet en México



Según datos del Ingi (Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México) del 8 de Diciembre de 2010

Notas

- a. Cifras correspondientes al mes de diciembre
- b. Cifras correspondientes al mes de junio
- c. Cifras correspondientes al mes de abril
- d. Cifras correspondientes al mes de marzo
- e. Cifras correspondientes al mes de mayo
- f. Cifras correspondientes al mes de julio

Figura 1. Crecimiento de usuarios de Internet en México

1.1 Qué es la sociedad digital

La consolidación de la llamada Aldea Global ha hecho que las relaciones sociales cambien debido a que se extienden por el mundo, en algunas ocasiones los cambios se adoptan con lentitud pero evidentemente van conformando una cultura tecnológica; esta cultura -cibercultura- conlleva nuevos conocimientos, nuevas maneras de ver el mundo, nuevas pautas de comportamiento, nuevos lenguajes y nuevas herramientas que inciden en todos los ámbitos sociales (Tomás Frutos) especialmente en la realidad, el espacio, el tiempo y el individuo.



Getty Images/iStockphoto/[Photos.com](https://www.photos.com)

1.2 Mecanismos para interactuar en la sociedad digital

Es innegable que las nuevas herramientas de interacción entre periodistas y su público, han permeado la forma en que recibimos las noticias a través de la red, e inclusive a cómo es promovido el acceso a la información a través de los medios tradicionales.

La información, en cualquiera de sus manifestaciones periodísticas, promueve en muchos casos, la participación del público en sus modalidades de construcción, de aportación, de opinión o de interés en lo que el periodista expresa a través de sus canales de información.

Es así que la contribución que el siglo XXI hace al trabajo periodístico de los medios tradicionales (no nativos de Internet) es su imperativa necesidad de no quedarse atrás en la oferta que compete con otras formas nativas de Internet. El contenido entonces que se genera es multimediático, fragmentado y va más allá de la aportación que el periodista profesional o especializado da a su público.

Herramientas como los *blogs*, foros, correo electrónico, páginas de contacto y de opinión a través de calificación son opciones a las que se suman las nuevas formas de redes de socialización como *Facebook*, *Twitter* o *YouTube*, y que han permitido que los usuarios de Internet establezcan lazos con otros navegantes con quienes comparten interés por la lectura de una noticia a través de un medio que se adjunta a los otros tradicionales de la comunicación.

Si se piensa que los medios participativos y su multiplicación en la red facilitan la tarea de difusión de noticias, el usar herramientas tecnológicas interactivas, colaborativas y gratuitas son un gran aliado para quien desea que sus ideas tengan trascendencia.

El brindar la posibilidad de tener interacción con los lectores da ese valor agregado a los nuevos sitios informativos ya que exaltan la esencia de la Web 2.0; de esta forma los lectores se convierten en creadores participantes.

La popularidad que están adquiriendo las herramientas interactivas implica pocas habilidades para el internauta pues basta prácticamente saber usar Internet y que el medio deje claras las instrucciones.



Getty Images/iStockphoto/[Photos.com](https://www.gettyimages.com/photos)

Este nuevo ejercicio de periodismo que incluye comentar lo expuesto, subir fotografías, videos, audios y/o participar en elementos derivados de estos espacios como pueden ser los foros de discusión, los blogs o también los sitios sociales específicos para cada medio o para cada tema del medio.

Para muchos esto ha representado una evidencia de cómo las formas de participación en línea mantienen unida a la gente con ideas afines en forma de comunidades estables y además estas nuevas y variadas formas de comunicación en línea ha permitido que una pluralidad de grupos y personas puedan desarrollar y mantener fuertes relaciones virtuales con los demás. Aunque también hay casos en que los individuos pueden generar y desarrollar otra personalidad.

Por ejemplo los foros, algunos de ellos están como un complemento a un sitio web a fin de discutir ideas relevantes relacionadas con una temática en especial. Estas discusiones suelen ser informales y libres; cuando se afianzan estos foros se llega a formar una comunidad.

Las discusiones suelen estar moderadas por alguien (por lo general por el administrador del sitio) que introduce el tema y lo orienta si ve que alguien se sale de contexto; también fundamenta, explica y cierra la discusión para luego dar paso a otro tema.

Además, la participación de los navegantes adopta formas diversas, aunque las más habituales son la oportunidad de comentar noticias, de compartir informaciones – principalmente a través de herramientas de la web social como Delicious, Menéame, Twitter, Facebook, LinkedIn, Digg, etcétera –; de participar en foros y encuestas, contribuir en la preparación de entrevistas o la realización de la propia entrevista y, en algunos casos, la posibilidad de crear blogs (Masip, 39).

También en los medios empiezan a ser frecuentes los casos en que se ofrece la posibilidad de que sean los lectores los que aporten y generen contenidos noticiosos. Lo más habitual es invitar a los ciudadanos a que manden fotografías, videos o aporten información en espacios dedicados ex profeso.

Una gran parte de las iniciativas de participación con el público se convierte en un mecanismo para la creación de comunidad en torno al medio, con ello se garantizan usuarios consuetudinarios y páginas vistas, lo cual es imprescindible para asegurar la rentabilidad económica del medio.

Si a la par de la interactividad se presenta un sitio web con diseño moderno y atractivo para los lectores, se puede establecer una estrategia que permita fidelizar a las audiencias.

Aunque hay que tener cuidado de pensar que todas estas iniciativas desembocan en un mejor periodismo que vele por los intereses de los ciudadanos.



Getty Images/iStockphoto/[Photos.com](https://www.gettyimages.com/photos.com)

- **Comentar noticias**
- **Compartir información**
- **Participar en foros**
- **Participar en encuestas**
- **Contribuir en la preparación de entrevistas o la realización de la propia entrevista**
- **Crear blogs**

- **Aportar y generar los contenidos noticiosos enviando fotografías o videos**

1.2.1 Sitios web

Uno de los elementos más utilizados para que el periodista plasme sus ideas de manera personal es el sitio web, que suele confundirse con un portal y en ocasiones, con un blog.

Un sitio web puede definirse como un conjunto de páginas publicadas en la red y que están asociadas a un dominio de Internet o subdominio en la World Wide Web en Internet. (Ver [Figura 2](#)).

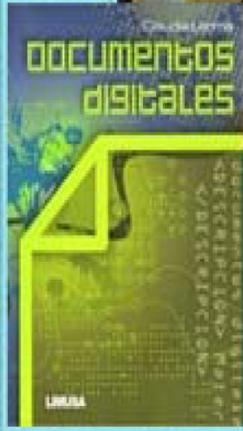


Getty Images/iStockphoto/[Photos.com](#)

CONCENTRADOR DE SITIOS DE CLAUDIA ALICIA LERMA

Dra. Claudia Alicia Lerma Noriega

Profesora del Departamento de Comunicación y Periodismo



Tec de Monterrey
Campus Monterrey

Especialidad

- Usabilidad Web
- Periodismo Digital

Datos de Contacto
clerma@itesm.mx

Libros

[Documentos Digitales](#)

Artículos

- [* Implementación del periodismo interactivo en la prensa mexicana](#)
- [* Los blogs como herramienta para el ejercicio periodístico](#)
- [* Migración de contenido del periodismo impreso al periódico en línea](#)
- [* Usabilidad de los portales web de las cadenas de televisión mexicanas](#)

Capítulos de Libros

- [* Nuevas Tecnologías de Comunicación: ¿nuevas](#)

Cursos

- [* Géneros Periodísticos de Opinión](#)
- [* Periodismo de Precisión](#)
- [* Implicaciones e Impacto de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación](#)
- [* Periodismo Especializado](#)

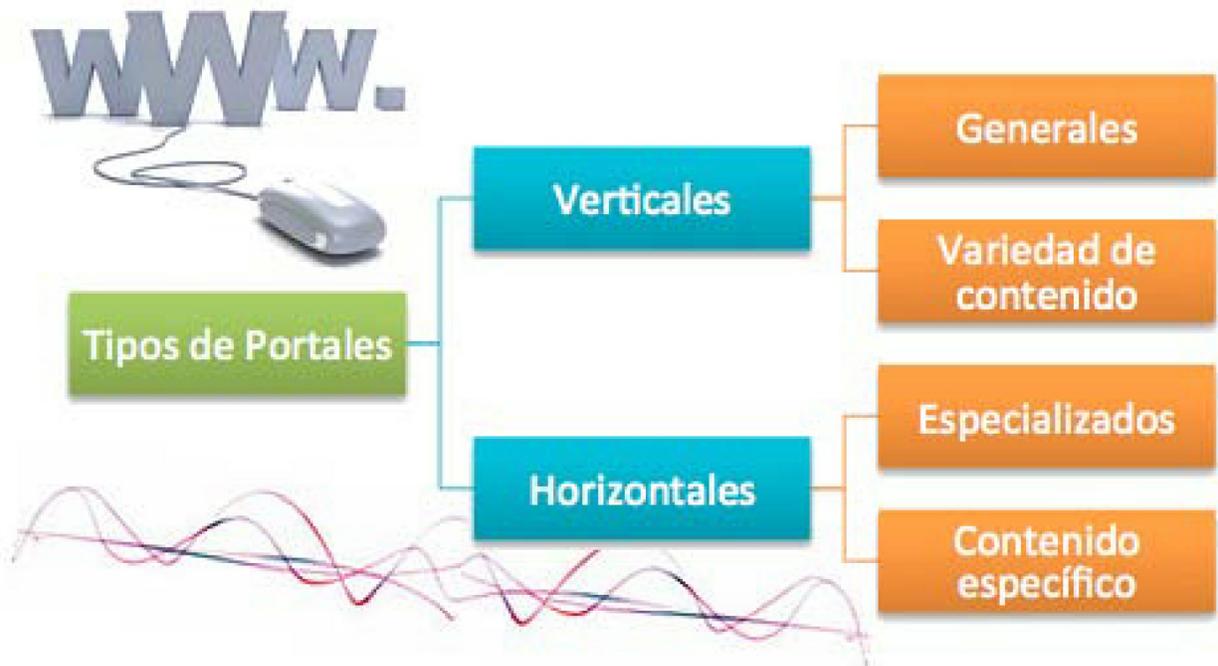
Figura 2. Ejemplo de un sitio web personal

1.2.2 Portales

Un sitio ancla o puente a donde la gente acude para encontrar algo en Internet, logrando que haya tráfico en otros sitios. Son sitios web en donde suelen encontrarse variedad de recursos y servicios para el usuario. Entre esos recursos están los foros, documentos, compras, búsqueda; y puede estar dividido por secciones o módulos.

Pueden ser de un tema específico, llamados Portales Verticales (para amas de casa, periodistas, cazadores, etc.) o con temas tan diversos, denominados Portales Horizontales que sirvan a gustos y necesidades varias (Terra, Yahoo, AOL).

Se han denominado Portales Diagonales a los sitios de redes sociales que aplican elementos de los verticales y horizontales, ofreciendo a un público muy específico, elementos y aplicaciones generalistas.



- [Inicio](#)
[Beneficios](#)
[Tipos](#)
[Mitos](#)
[Compartir](#)
[Sobre de vida](#)
[Noticias](#)

Sabías que...

Come bien te ayudará a perder peso y a mejorar tu salud. El ejercicio que debes hacer es el que te gusta y que puedes hacer a diario.




The African Growth and Development Policy Modeling Consortium is an initiative aimed at positioning African experts to take a leading role in the study of strategic development conditions and the broader agricultural growth and policy debate facing African countries.



NEW AGRODEP PORTAL

The new AGRODEP web portal offers models, data, resources, mapping tools, a blog, a wiki, events and announcements, and much more.

The **models page** provides information on currently available categories of production and estimation models. New models will be included as they are developed or become available. The **data page** offers description and access information on datasets which datasets which members can employ in their research. The portal also provides **link resources** for data visualization.

CURRENT COUNTRIES

AGRODEP members represent a wide range of countries and data sets, related documentation and research output available to all Network Members.



[6](#)
[70](#)
[76](#)
[14](#)
MODEL
DATA
RESEARCH
EVENTS

AGRODEP will help you access the latest research in policy modeling.

RECENT ACTIVITY

DivvaRoads

Welcome to DivvaRoads.com



[Home](#)
[About](#)
[Features](#)
[Contact Us](#)

[Sign Up](#)
[Log In](#)

What is DivvaRoads?
 - Personalize your map with different layers
 - Apply your filters to see interesting places
 - Share your location with your friends
 - Download your location and use it in other apps
 - Connect your location to other apps like Google Maps, etc.

PRO ACCOUNT

[Home](#)
[About](#)
[Features](#)
[Contact Us](#)

AGRODEP [Author]. 2011. Screenshot of AGRODEP web portal (Image). Wikimedia Commons. Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported Licence

Foudyl Zaouia [Author] 2008. Divvaroom screenshot beta. (Image). Wikimedia Commons. Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported, 2.5 Generic, 2.0 Generic and 1.0 Generic license.

1.2.3 Sitios sociales. blogs, wikis y redes sociales

Al blog se le denomina también bitácora en español y su principal característica es que agrupa la información en orden cronológico. Los lectores del blog pueden escribir sus comentarios y establecer un diario con el escritor. Pueden abordar temas diversos y utilizar enlaces, fotografías y otros elementos y aplicaciones para hacerlos más atractivos.

Los wikis también se caracterizan por la participación de los lectores, pero estos cumplen la función de editores de la información sobre la cual gira este particular sitio social. La edición se realiza en línea y puede construirse tanta información como sea la participación de los colaboradores.

Cuando se habla de redes sociales se piensa en los sitios populares para interactuar en Internet; pero en este caso, la interacción se da de manera virtual para entrar en contacto con personas que pueden estar tan alejadas o tan cercanas como se desee. Los sitios de contacto social aparecieron a partir [classmates.com](https://www.classmates.com) en 1995, pero su popularidad despegó con la aparición de MySpace en el año 2003.

En la actualidad hay cientos de sitios de interacción virtual, pero los más populares son Facebook y Twitter que albergan a millones de personas que multiplican su círculo de amigos diariamente.

Características de los sitios sociales

Blogs

Agrupar la información en orden cronológico.

Los lectores pueden escribir comentarios y establecer un diario con el escritor.

Se pueden abordar diversos temas.

Uso de enlaces.

Inclusión de fotografías y videos.

Inclusión de aplicaciones.



Wikis

Los lectores participan editando la información del sitio.

Edición en línea.

Mayor información en el sitio gracias a la participación de los colaboradores.



Getty Images/iStockphoto/[Photos.com](https://www.gettyimages.com/photos.com)

Redes sociales

Interacción virtual para entrar en contacto con otras personas.

Las personas pueden ampliar su círculo de amigos.

Se comparte información, enlaces, música, videos y fotografías.

Ejercicio integrador del capítulo 1

OPCIÓN MÚLTIPLE

1. ¿Solo se puede interactuar en los sitios sociales?
 - a. Falso
 - b. Verdadero
2. ¿Perezhilton.com es un ejemplo de un blog exitoso?
 - a. Falso
 - b. Verdadero
3. ¿Antes de Facebook no se conocían las redes sociales?
 - a. Falso
 - b. Verdadero
4. ¿Puede considerarse a esmas.com un sitio web?
 - a. Falso
 - b. Verdadero
5. ¿Un wiki puede ser solo una enciclopedia?
 - a. Verdadero
 - b. Falso

Las respuestas correctas:

1.
 - a. Falso (También puede haber interacción en un sitio social a través del correo electrónico, de foros y de envío de videos o fotografías, por ejemplo.)
2.
 - b. Verdadero (Es de los más reconocidos en espectáculos)
3.
 - a. Falso (La popularidad se alcanzó con MySpace, Friendster, Fotolog, etc. que fueron lanzados antes que Facebook)
4.
 - a. Falso (Es un portal de tipo vertical)
5.
 - b. Falso (Pueden hacerse wikis sobre diversos temas)

Conclusión del capítulo 1



Getty Images/iStockphoto/[Photos.com](https://www.photos.com)

Los cambios tecnológicos provocan nuevos ajustes sociales, para ello debemos entender y ver los elementos que se pueden aprovechar de ellos para poder sacarles partido.

Es así que en principio, hay que reconocer cuáles son los elementos que podemos encontrar en Internet para comunicarnos y así detectar las necesidades de cada uno de ellos para luego analizar cada detalle que los hace diferentes y específicos para cubrir cada una de las necesidades que se han convertido en básicas al usar Internet.

Glosario del capítulo 1

C

Cibercultura

Nuevos conocimientos, nuevas maneras de ver el mundo, nuevas pautas de comportamiento, nuevos lenguajes y nuevas herramientas que inciden en todos los ámbitos sociales generados a partir de la emergencia de las tecnologías de la información.

Recursos del capítulo 1

Instituto Nacional de Estadística y Geografía www.inegi.gob.mx