

Benemérita Universidad de Guadalajara

Sistema de Universidad Virtual

Maestría en Periodismo Digital



**Informe general sobre el proceso de creación de
Problemasdel desarrollo.sistop.org, sitio web de periodismo
enfocado en la cobertura y difusión de temas económicos.**

Documento de titulación que para obtener el grado de Maestro en
Periodismo Digital presenta

José Luis Maya

Directora

Rosalía Orozco Murillo

Guadalajara, Jalisco, junio de 2017

Junta Académica de la Maestría en Periodismo Digital
Sistema de Universidad Virtual

Atn. Coordinación de la Maestría en Periodismo Digital

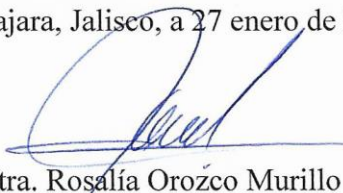
Por medio del presente reciba un cordial saludo. Me dirijo a usted en calidad de director de titulación para informar que el egresado de la Maestría en Periodismo Digital, José Luis Maya Cruz, con código 215315075 ha concluido la redacción del trabajo recepcional *Informe general sobre el proceso de creación de Problemasdel desarrollo. 'El peso de la economía'* sitio web de periodismo enfocado en la cobertura y difusión de temas económicos, también comparte los principales resultados de investigación de los artículos publicados en la revista científica Problemas del Desarrollo”.

El documento en mención cumple con los requisitos de forma y fondo que establece la Guía de Titulación de la Maestría, y evidencia el proceso y resultados de la experiencia de haber generado un producto novedoso en el campo del periodismo digital. Por lo anterior, pido a usted se proceda a asignar a los lectores y sinodales que evaluarán el trabajo, y se proceda a establecer la fecha para la realización del examen de grado.

Sin otro particular, agradezco la atención al presente y quedo a sus órdenes.

Atentamente

Guadalajara, Jalisco, a 27 enero de 2017



Mtra. Rosalía Orozco Murillo

Agradecimientos

Especialmente quiero agradecer a mi compañera de vida Marybell Bricia Salgado, por su paciencia, apoyo y comprensión. A mis adorados Daniel, Emiliano y Valeria que son el motor que me impulsa a seguir adelante, ya que siempre les he dicho que se predica con el ejemplo. Agradezco a mi madre María Luisa Cruz quien, aunque ya no se encuentra entre nosotros, cultivó en mí los valores de la responsabilidad y la perseverancia; también a mi padre José Maya, a mis hermanos y hermanas que siempre me alientan a seguir adelante con mi superación profesional.

Quiero externar mi gratitud a la Dra. Alicia Girón, Directora de la revista *Problemas del Desarrollo*, quien me brindó su respaldo total desde el primer momento en que le compartí mi interés por ingresar a la Maestría.

Agradezco a la Mtra. Rosalía Orozco Murillo por la asesoría y dirección de este proyecto, así como a todos los profesores de la Maestría en Periodismo Digital por compartirme sus conocimientos y contribuir a mi actualización profesional.

Índice

	Página
Introducción	5
1. Descripción y justificación del proyecto	11
1.1 Planteamiento y antecedentes del proyecto	11
1.2 Descripción general del proyecto	12
1.3 Justificación y relevancia social del proyecto	18
2. Contextualización del proyecto	20
2.1 Análisis del contexto	20
2.2 Análisis de la oferta y la demanda	26
2.3 Validación e innovación del proyecto	29
3. Marco metodológico	32
3.1 Plan operativo para ejecutar el proyecto	32
3.2 Plan operativo financiero	43
3.3 Plan operativo para la gestión y monitoreo de redes sociales	45
3.4 Plan operativo para la gestión de personal	54
4. Resultados y conclusiones	62
4.1 Informe estadístico del impacto del sitio web	62
4.2 Informe del plan de financiamiento	76
4.3 Plan de mejora del medio	79
4.4 Conclusiones	90
Bibliografía y referencias	95
Anexos	98

Introducción

En el presente trabajo se presenta el informe de los procesos realizados para la creación del portal de noticias Problemasdeldesarrollo, “El peso de la economía” <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/>, un sitio web que publica notas y entrevistas principalmente relacionadas con economía y desarrollo, pero también otras de coyuntura e interés social, de una manea atractiva y aprovechando las posibilidades que proporciona la Web 2.0.

Complementariamente, informa a la audiencia sobre las principales conclusiones de artículos científico-sociales que publican diversos especialistas en *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía* <http://www.probdes.iiec.unam.mx/> (para evitar confusiones, en adelante también será referida como “revista científica”). Se procura compartir un artículo por semana (de los 7 que contiene cada número de la revista), resaltando la aportación de dicho trabajo al ámbito académico y social.

Cabe mencionar que el proyecto original en el que se trabajó durante el primer y segundo semestres de la Maestría en Periodismo Digital estaba basado en hacer las gestiones necesarias para llevar a cabo una propuesta de intervención a la página web de la revista científica, una publicación periódica trimestral que publica artículos de carácter académico-científico y que se edita en el Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad Nacional Autónoma de México. El objetivo inicial del proyecto era incorporar, en el corto y mediano plazos, distintas herramientas para incrementar la visibilidad de la revista con el fin de atraer y captar a más lectores, tanto del ámbito académico como de público en general, y mantenerlos informados sobre los artículos publicados en los nuevos números.

Sin embargo, durante la presentación del proyecto, en el mes de enero de 2016, ante los miembros de la Academia de Proyectos del programa de Maestría, decidí implementar un giro drástico al proyecto original para crear un sitio web con un perfil diferente que permitiera, además de compartir los artículos publicados en la revista científica, incluir notas y entrevistas generadas a partir del establecimiento de una agenda de contenidos

basada en temas más generales. Temas como género y finanzas, energía y medio ambiente o notas de coyuntura y entrevistas lograron que el proyecto adquiriera un perfil más periodístico.

El primer capítulo contiene la descripción y justificación del proyecto donde se incluyen los apartados: Planteamiento y antecedentes del proyecto y se explica el porqué se modificó el proyecto original en el que trabajé durante el primer y segundo semestres de la Maestría en Periodismo Digital, el cual estaba basado en hacer las gestiones necesarias para llevar a cabo una propuesta de intervención a la página web de la “revista científica” (<http://www.probdes.iiec.unam.mx/>). Se plantean las razones por las que se decidió dar un giro y crear un sitio web con un perfil diferente que permitiera, además de compartir los artículos publicados en la revista científica, incluir notas y entrevistas generadas a partir del establecimiento de una agenda de contenidos; en temas de género y finanzas, energía y medio ambiente o notas de coyuntura y entrevistas, mismas que permitieron al proyecto adquirir un perfil más periodístico.

En la descripción general del proyecto se incluye el objetivo general y objetivos particulares, así como la información oficial del proyecto, misión, visión. También se presenta la justificación del nombre o marca y los principios editoriales y éticos que establecen un decálogo que constituye una guía de criterios que deben tomar en cuenta los colaboradores de *Problemasdel desarrollo* al momento de informar.

En la justificación y relevancia social del proyecto se plantea la creación de un portal informativo enfocado en temas de economía y el desarrollo. Para ello, ante la necesidad de que los destinatarios potenciales del proyecto comprendan los conceptos económicos, *Problemasdel desarrollo* emplea elementos multimedia en la publicación de las notas periodísticas para, de esta manera, hacer más atractivos los contenidos que se generan.

En el segundo capítulo se presenta la contextualización del proyecto, que tiene como primer apartado el análisis del contexto, el cual incluye las características sociodemográficas, número de usuarios de internet en el país y en la región, tendencias globales sobre el periodismo digital y las revistas científicas.

De acuerdo a ello, en la medida que mi proyecto nace en el ámbito universitario, en el seno de la Universidad Nacional Autónoma de México, ubicada al sur de la Ciudad de México, se inserta en la Región Central de la República Mexicana.

En cuanto al número de usuarios, el último estudio realizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) reporta que la penetración de internet en México alcanzó en 2015 el 59.8% de la población, que equivale a 65 millones de internautas. Por otro lado, los resultados generados al segundo trimestre de 2015 por la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2015, realizada por el INEGI, estima un total de 62.4 millones de usuarios de Internet en México, quienes ya representan más de la mitad de la población, 57.4%.

Sobre las tendencias del periodismo digital y las revistas científicas, se describe cómo los medios, en su afán de adaptarse a los nuevos tiempos, apuestan por lo mediático y dejan de lado las investigaciones de fondo. En otras palabras, prefieren la instantaneidad, a pesar de que ello implique la falta de análisis y de tiempo para filtrar y comparar la información que difunden. La multimedialidad ha cambiado radicalmente la forma de producir y de publicar de los medios. También se ha dado una integración de las redacciones lo que permite a las empresas de medios agregar elementos multimedia y distribuir sus contenidos en diferentes plataformas. Para el caso de las revistas académicas del área de Ciencias Sociales y Humanidades, la mayoría comenzaron con la edición de versiones impresas, pero con el tiempo han incursionado en los contenidos digitales, además de su versión impresa también cuentan con una digital disponible en línea y de acceso abierto.

El siguiente apartado que se aborda en el capítulo 2 es el análisis de la oferta y la demanda donde se describe el público meta de *Problemasdeldesarrollo*, ubicando su rango de edad. Para conocer el perfil de los potenciales usuarios se toman como referencia los resultados ofrecidos por la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2015. Respecto a la oferta, los portales relacionados con temas de economía a nivel local son: *Trimestre Económico* del Fondo de Cultura Económica y *Economía Mexicana. Nueva Época* del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE). Uno del Área de Humanidades y Ciencias de la Conducta: *América Latina en la Historia Económica* editada por el Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.

Un tercer apartado presenta la validación e innovación del proyecto, resaltando la importancia del proyecto de *Problemasdeldesarrollo*, puesto que ofrece a los usuarios una página más participativa y colaborativa para lograr una experiencia más dinámica y atractiva. Integra elementos multimedia y cumple la función social de difundir los resultados de investigación y establecer un vínculo entre los especialistas y los no expertos.

En el capítulo 3 se presenta el marco metodológico, cuyo primer apartado expone el plan operativo para ejecutar el proyecto, el cual está conformado por las etapas en que se planeó y ejecutó el proyecto; la evaluación y balance del sitio web; las necesidades detectadas; el plan de mejora; implementación de mejoras y actualización del sitio web.

El segundo apartado corresponde al plan operativo financiero el cual describe el modelo de negocio del medio y las posibles formas de financiamiento del sitio web para lograr su autosustentabilidad.

El tercer apartado hace alusión al plan operativo para la gestión y monitoreo de redes sociales. Presenta los objetivos y políticas generales para su gestión, desarrollando una “guía de buenas prácticas para el uso y gestión de redes sociales” (*Facebook, Twitter y YouTube*) por parte del equipo de trabajo de *Problemasdeldesarrollo* y todos aquellos que

quieran incursionar en los medios sociales, ya sean periodistas o ciudadanos en general. También hace propuestas para explotar al máximo la capacidad de dichas redes sociales.

El cuarto apartado se refiere al plan operativo para la gestión de personal, ya que de acuerdo con Aerco & Territorio creativo (2001), la clave para que una empresa de comunicación sea exitosa es rodearse de los recursos humanos idóneos, es decir, se debe contar con un equipo de colaboradores multidisciplinario que se encarguen de un área dependiendo su perfil. También se presenta el organigrama, funciones y perfil de los colaboradores tanto de la revista científica como del sitio web *Problemasdeldesarrollo*, así como el esquema del proceso de producción. Se resalta la importancia de las políticas y estrategias para la gestión del equipo de trabajo, que para el caso de mi proyecto toma el enfoque de la **Búsqueda de la excelencia en las organizaciones** debido a que adopta una concepción de la filosofía de la calidad total.

El cuarto capítulo está enfocado a los resultados y conclusiones. En el primer apartado se presenta el informe estadístico del impacto del sitio web de febrero a noviembre de 2016: alcance del sitio, número de visitantes por país. También se presentan los resultados de una encuesta sobre la percepción que tienen los usuarios sobre las publicaciones del sitio web, así como una relación de las notas que se han publicado por sección. Se incluye un reporte del impacto logrado por las redes sociales.

El segundo apartado incluye los resultados del plan de financiamiento propuesto y reporta que hasta el momento no se ha implementado, debido a que no se cuenta con una persona en el equipo editorial que se haga cargo de gestionar la inclusión de publicidad en el sitio web. Actualmente, los esfuerzos se han enfocado a la producción de contenidos para su publicación. En ese mismo apartado se incluye un listado de recursos con los que opera el sitio web.

El apartado cuatro presenta el plan de mejora del medio, donde se incluyen los objetivos que se persiguen y se sugieren algunas estrategias para lograrlo. En el mismo apartado se

incluyen los Fundamentos legales del sitio web *Problemasdeldesarrollo*, considerando directivas legales tanto para el personal que labora en el medio como para los usuarios. Agrega el aviso de privacidad.

Cierro ese capítulo con las conclusiones del documento, donde se trata de hacer un balance de lo logrado y lo que falta por hacer o se dejó de hacer. La meta de creación y lanzamiento del sitio web se ha cumplido, pero también me permitió darme cuenta que no es tan complicado crear un sitio web, lo realmente difícil es mantenerlo actualizado y con notas de calidad.

Capítulo 1. Descripción y justificación del proyecto

1.1 Planteamiento y antecedentes del proyecto

El proyecto original en el que trabajé durante el primer y segundo semestres de la Maestría en Periodismo Digital estaba basado en hacer las gestiones necesarias para llevar a cabo una propuesta de intervención a la página web de *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía* <http://www.probdes.iiec.unam.mx/> (revista científica), una publicación periódica trimestral que publica artículos de carácter académico-científico y que se edita en el Instituto de Investigaciones Económicas de la Universidad Nacional Autónoma de México. El objetivo inicial del proyecto era incorporar, en el corto y mediano plazos, distintas herramientas para incrementar la visibilidad de la revista con el fin de atraer y captar a más lectores, tanto del ámbito académico como de público en general, y mantenerlos informados sobre los artículos publicados en los nuevos números.

Sin embargo, durante la presentación del proyecto, en el mes de enero de 2016, ante los miembros de la Academia de Proyectos del programa de Maestría, decidí implementar un giro drástico al proyecto original para crear un sitio web con un perfil diferente que permitiera, además de compartir los artículos publicados en la revista científica, incluir notas y entrevistas generadas a partir del establecimiento de una agenda de contenidos que yo diseñaba tomando en cuenta temas más generales. Temas como género y finanzas, energía y medio ambiente o notas de coyuntura y entrevistas lograron que el proyecto adquiriera un perfil más periodístico.

El sitio web que se creó para difundir información con este nuevo enfoque es <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/> “El peso de la economía”. La página web creada con el gestor de contenidos Wordpress, permitió agregar elementos multimedia y notas adicionales sobre lo más relevante del acontecer nacional e internacional. De esa manera, el usuario tiene acceso a trabajos académicos de investigación (publicados en la revista

científica) pero también puede ver notas de coyuntura que le ayudan a entender el contexto actual del desarrollo económico y social.

La razón principal por la que decidí impulsar un proyecto diferente, pero vinculado a la revista científica, es que el financiamiento de la revista científica proviene de recursos públicos asignados por la UNAM, a través del Instituto de Investigaciones Económicas. Ésta última cumple en tiempo y forma en cuanto a su publicación, sin embargo, no se ponía suficiente atención en la etapa final de la cadena de valor: difusión y promoción. En este marco, la necesidad de posicionarla en los buscadores con miras a convertirla en una de las principales fuentes de consulta en su género y en un medio atractivo para el mercado online, fue el punto de partida para desarrollar el proyecto que dio vida al sitio web <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/> “El peso de la economía”.

Adiferencia del sitio web de la revista científica que se dirige a un público especializado, el proyecto periodístico desarrollado busca alcanzar a un público más amplio, no necesariamente especialista en temas económicos.

1.2 Descripción general del proyecto

Problemasdeldesarrollo es un sitio web que publica notas y entrevistas principalmente relacionadas con economía y desarrollo, pero también otras de coyuntura e interés social, de una manera atractiva y aprovechando las posibilidades que proporciona la Web 2.0.

Complementariamente, informa a la audiencia sobre las principales conclusiones de artículos científico-sociales que publican diversos especialistas en *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*. Se procura compartir un artículo por semana (de los 7 que contiene cada número de la revista), resaltando la aportación de dicho trabajo al ámbito académico y social.

Por la cercanía y contacto que se tiene con los académicos e investigadores de la UNAM, ellos son una de las principales fuentes de información del sitio web <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/> “El peso de la economía”. De esta forma, se toma en consideración la postura de los especialistas sobre diversos temas, desde el ámbito local y académico.

Objetivos

El objetivo general de proyecto para crear el sitio web fue:

Crear el sitio web <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/>, “El peso de la economía” para informar a los usuarios sobre los principales temas económico-sociales del momento, así como difundir productos periodísticos de interés general que retomen los resultados de artículos publicados en la revista científica de la UNAM “Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía”, cuyo portal es www.probdes.iiec.unam.mx/.

Objetivos particulares:

1. Publicar en el sitio web <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/> “El peso de la economía” los artículos científicos más relevantes que se publican en la revista científica.
2. Producir información de interés general y con un lenguaje más periodístico y menos académico sobre temas relacionados con la economía, tomando como fuente principal la revista científica www.probdes.iiec.unam.mx/.
3. Realizar notas de coyuntura sobre temas económico-sociales para generar un mayor tráfico en la página web <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/> “El peso de la economía”, comenzando con 20 visitas por mes e ir incrementándolas gradualmente.
4. Realizar una labor de divulgación sobre temas económicos mediante la inclusión de entrevistas con los autores de los artículos de la revista científica.

Información oficial del proyecto

Problemasdel desarrollo publica notas y entrevistas principalmente relacionadas con economía y desarrollo. Además, constituye un espacio para difundir los conocimientos sobre los problemas del desarrollo en el contexto actual. Comparte los hallazgos de investigación realizados por especialistas del área de ciencias sociales, enfocando el debate en torno la problemática del desarrollo económico desde una visión rigurosa, multidisciplinaria e interdisciplinaria, pero que también da lugar a las notas de coyuntura. Ofrece a los lectores contenidos que les permiten mantenerse informados sobre temas de carácter estructural y de trascendencia social, así como notas de actualidad que tienen impacto en el momento.

Misión:

Publicar artículos y notas periodísticas que reflejen la relevancia de los paradigmas que tratan de explicar las causas del desarrollo y subdesarrollo, esencialmente en el espacio latinoamericano. Fomentar la discusión y difusión de los diferentes enfoques del pensamiento económico, así como los temas de actualidad: Género y finanzas, Energía y medio ambiente, Global, Coyuntura, entrevistas, entre otros.

Visión:

Lograr que sus contenidos se mantengan en el debate nacional e internacional, en cuanto a temáticas relevantes para el estudio y conocimiento de los problemas del desarrollo con un enfoque social.

Justificación del nombre o marca

El nombre de *Problemasdel desarrollo* se eligió debido a que se publicarían notas y entrevistas principalmente relacionadas con economía y desarrollo. Además de que se compartirían los hallazgos de investigación realizados y publicados por especialistas del área de ciencias sociales en la revista científica, los cuales enfocan el debate en torno la

problemática del desarrollo económico. Cabe señalar que el nombre también hace referencia al vínculo, resultado de compartir sus contenidos, con *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*, misma que pertenece a la UNAM.

El eslogan “El peso de la economía” es un juego de palabras que da identidad al proyecto, pues muchas personas relacionan a la economía sólo con dinero o finanzas, sin embargo, el término implica más que finanzas. La economía es una de las ciencias sociales que más influye sobre la vida de las personas, su estudio debe ser constante y transversal, ya que tiene que ver con la sobrevivencia, el bienestar y el desarrollo del hombre.

En el campo de la economía también se realiza investigación para tratar de explicar por qué ocurren ciertos fenómenos económicos que nos afectan directa o indirectamente. Se puede decir que el objetivo de la economía es plantear cómo debería de ser una política económica que favorezca a la mayoría de la población y que eleve verdaderamente su bienestar.

Principios editoriales y éticos

En cuanto a los principios editoriales se redactó y publicó en el sitio web un documento, [Guía de Estilo](#), que proporciona algunas recomendaciones que todos los colaboradores deben tomar en consideración a la hora de escribir textos que se publican en *Problemas del desarrollo*.

Cuando se redacta para un medio interactivo lo básico es “escribir bien”, pues de esta manera se puede capturar el interés del usuario para asegurar que éste avanzará a través de la información que se le brinda. Debemos tomar en cuenta que los nuevos lectores leen de nuevas maneras, viven la lectura de manera diferente.

El usuario busca informarse de manera rápida, por lo tanto, en el Internet debe escribirse con frases cortas, simples y directas. El objetivo es describir correctamente todos

los detalles importantes del acontecimiento. Para que las ideas sean expuestas con la claridad debida se aconseja que las frases respondan a la estructura sujeto-verbo-predicado.

Los usuarios en internet no leen sino escanean, es decir, hace una lectura rápida en la que elige unas cuantas palabras o frases. Por ello se siguen las recomendaciones de los especialistas, quienes recomiendan el uso de la pirámide invertida que permite escribir de manera organizada la información con datos de mayor a menor importancia.

Juan Carlos Camus (2010) hace referencia a la importancia de la jerarquización cuando afirma que la forma de ordenar los contenidos en los sitios web es jerarquizando, poner lo más importante primero y así ir ofreciendo lo siguiente en orden decreciente de relevancia. Cuando el usuario ingresa a un sitio de web el orden visual ofrece una guía al visitante sobre lo más importante, es lo que mira en primer lugar.

La guía se divide en dos partes, con quince recomendaciones en cada una de ellas. Se ofrecen algunos ejemplos que permiten ilustrar mejor en qué consiste cada una de esas recomendaciones y cuál es la mejor manera de implementarlas.

En cuanto a los principios éticos, se ha establecido un decálogo que constituye una guía de criterios que deben tomar en cuenta los colaboradores de *Problemasdel desarrollo* al momento de informar. La función del periodista es orientar al ciudadano para que pueda formarse una opinión fundamentada de los hechos, por ello debe mantener sus posturas personales diferenciadas de su trabajo periodístico: informar tan objetivamente como sea posible y siempre presentar los hechos sin distorsionar el contexto en el que se presentan. Su responsabilidad es actuar de manera honesta, para no afectar el curso de los acontecimientos que narra. Cuando el periodista se apega a la ética adquiere un compromiso por la verdad y en defensa de la misma.

A diferencia de los empresarios y de otros profesionales que convergen en la actividad de los medios, los periodistas cuentan con las bases teóricas y prácticas para

“desarrollar su función atendiendo al doble compromiso de la responsabilidad derivada de su importante tarea y del mandato de su propia conciencia, de acuerdo con el mandato constitucional y los principios deontológicos de la profesión periodística” (Aznar, 2004, párr. 10).

El ejercicio de la ética en el periodismo, le corresponde a cada persona, no puede ser impuesta desde fuera, es una decisión personal e intransferible (Restrepo, 2004). El compromiso con la verdad no puede dejar de ser el valor fundamental del quehacer del periodismo como empresa y del periodista como profesional de la información. La autorregulación evita cualquier intento de injerencia externa en el quehacer de los medios y sus profesionales.

Dado que cada persona tiene una percepción distinta de los valores éticos y experimenta experiencias propias e intransferibles a la hora de aplicarlos (Restrepo, 2004), el presente decálogo tiene por objetivo servir como una guía para que los colaboradores de *Problemasdel desarrollo* tengan presentes los valores esenciales del periodismo y la importancia de la autorregulación a la hora de informar. En la medida que recuerdan los principios esenciales y dibujan el perfil ideal del profesional, los códigos éticos deben verse como un estímulo para alcanzar la excelencia personal.

Decálogo deontológico

1. Búsqueda constante de la verdad, respetarla y estar consciente del derecho que tiene el público a conocerla.
2. Conducirse con honestidad para garantizar que la información sea imparcial y de interés público.
3. Presentar los hechos en el contexto adecuado e incluyendo a todos los actores involucrados, sin distorsiones, sin suprimir información o falsificar documentos.
4. Fungir como mediador a través de la participación de la gente en la historia común.
5. Asumir su responsabilidad social, consistente en servir a la comunidad a través de la información. Ser la voz, los oídos y la lengua de la comunidad.

6. Actuar con sensibilidad en el tratamiento de la información.
7. Ser autónomo y ejercer la libertad de expresión.
8. Tener presente que no siempre la opción de utilidad es la mejor vía para resolver dilemas presentados en el quehacer diario.
9. Verificar las fuentes y ser un escéptico permanente.
10. Aplicar la autorregulación.

1.3 Justificación y relevancia social del proyecto

Las revistas académicas representan uno de los canales más relevantes para comunicar los resultados de investigación, pero no siempre constituyen un puente eficaz de comunicación entre los expertos y la sociedad. Ejemplo de ello es el sitio web de *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía* que publica artículos que permiten dar a conocer los hallazgos o conclusiones de la investigación científica, que a la vez permite la retroalimentación y generación de nuevos conocimientos. Sin embargo, sin un trabajo de difusión su trascendencia social queda trunca, pues ésta hace posible que los resultados se lleven al entorno académico-estudiantil y social para su discusión y retroalimentación. Es decir, se fortalece la generación del conocimiento, la interrelación con el ámbito académico y la vinculación con la sociedad.

Aunque hay un gran interés de los usuarios por los temas enfocados en la economía y el desarrollo, no todos los destinatarios potenciales comprenden los conceptos económicos ofrecidos en las revistas académicas, lo que hizo necesario innovar con la creación de un sitio web como el de *Problemasdel desarrollo*, el cual ofrece la posibilidad de emplear elementos multimedia para publicar notas periodísticas y de esta manera hacer más atractivos los contenidos que se generan. Por otra parte, cumple la función social de fungir como medio para difundir los resultados de investigación y establecer un vínculo entre los especialistas y los no expertos; también hace posible la articulación de lo local, con lo nacional y lo regional. En este sentido, su contribución es ofrecer a los lectores

materiales que les permitan mantenerse informados sobre temas de carácter estructural y coyuntural, considerados de trascendencia social.

La razón principal por la que decidí impulsar un proyecto diferente, pero vinculado a la revista científica, es que yo formo parte del equipo editorial de la misma, además, el financiamiento de la revista científica proviene de recursos públicos asignados por la UNAM, a través del Instituto de Investigaciones Económicas. La necesidad de posicionarla en los buscadores con miras a convertirla en una de las principales fuentes de consulta en su género y en un medio atractivo para el mercado online, fue el punto de partida para desarrollar el proyecto que dio vida al sitio web <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/> “El peso de la economía”.

Capítulo 2. Contextualización del proyecto

2.1 Análisis del contexto

Características sociodemográficas

Mi proyecto nace en el ámbito universitario, se puede decir que, en el seno de la Universidad Nacional Autónoma de México, ubicada al sur de la Ciudad de México, por lo tanto, se inserta en la Región Central de la República Mexicana.

Esta región es considerada el centro del país, ya que en ella se concentra la mayor parte de la actividad política, cultural y económica de México. La integran la Ciudad de México y siete estados: Guanajuato, Hidalgo, México, Morelos, Puebla, Querétaro y Tlaxcala.

La zona tiene una extensión territorial de aproximadamente 130 000 km² donde viven alrededor de 34 894 000 personas, convirtiéndola en la región más poblada de todas. En ella se localizan las dos entidades que registran la mayor población a nivel nacional: la Ciudad de México (antes Distrito Federal) con 8 millones 484 mil habitantes y el Estado de México, con 11 millones 705 mil pobladores.

La densidad de población en la zona es alta, tiene cerca de 268 habitantes por km², pero si se toman como ejemplo las entidades en la que se estima tendrá mayor incidencia mi proyecto, la Ciudad de México y el Estado de México, éstas tienen 5 660 y 545 habitantes por km², respectivamente. Los municipios considerados de mayor importancia en la llamada zona conurbada de la Ciudad de México son: Netzahualcóyotl, Ecatepec, Tlalnepantla, Cuautitlán y Naucalpan.

Número de usuarios de internet en el país y en la región

Es notable como en los últimos años el número de usuarios de internet se ha incrementado considerablemente, como se muestra en los datos proporcionados por el Programa de Medios de Open Society 2012 “entre 2005 y 2009 la proporción de usuarios aumentó de 26 a 42% de la población total. El incremento es más evidente cuando se toma de referencia el histórico respecto a la penetración de internet en México 2016, presentado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI): en 2011 era de 40; en 2012 de 43; en 2013 era de 49; en el 2014 llegó a 51; y para 2015 alcanzó 59%, respectivamente. El último estudio realizado por dicha asociación reporta que la penetración de internet en México alcanzó en el 2015 el 59.8% de la población, que equivale a 65 millones de internautas. El número de horas que los usuarios dedican a internet también se incrementó a siete horas y 14 minutos, una hora y tres minutos más respecto al estudio del año anterior (AMIPCI, 2016).

Por otro lado, los resultados generados al segundo trimestre de 2015 por la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2015, realizada por el INEGI, reportan que 55.7 millones de personas son usuarios de una computadora. Estima un total de 62.4 millones de usuarios de Internet en México, quienes ya representan más de la mitad de la población, 57.4% (INEGI, 2015).

Al considerar el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) por género, los resultados mostraron una participación equitativa entre mujeres y hombres: 49.2 y 50.8% en el uso de computadora, y de 49.4 y 50.6% en el de Internet, respectivamente (INEGI, 2015). Dicho porcentaje es muy similar al ofrecido por la AMIPCI (2016) en cuanto el acceso a internet entre hombres y mujeres, 50 y 50%, respectivamente.

Respecto a la penetración de internautas por regiones, el 12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2016, destaca la zona Centro con el 26%, seguida de la Noroeste con 15% y de la Oriente con 13%, respectivamente.

En cuanto al equipamiento de tecnologías, dicha encuesta muestra que 14.7 millones de hogares, 44.9% del total nacional, declararon contar con al menos una computadora en condiciones de uso. Se calcula que en la Ciudad de México, Nuevo León, Sonora y Baja California, 6 de cada 10 hogares disponen de computadora. En tanto que se tiene disponibilidad de Internet en 12.8 millones de hogares, 39.2% de los hogares a nivel nacional. De acuerdo con estos datos se puede observar que el uso de las TIC es un fenómeno predominantemente urbano (INEGI, 2015).

Tendencias globales sobre el periodismo digital y las revistas científicas

El surgimiento y evolución de las tecnologías de la información está transformando la esencia del periodismo tradicional, tal y como se conocía. Ahora más que nunca revive la vieja pugna, entre el deber ser y ser, es decir, entre la ética periodística y el negocio periodístico. Lo cierto es que en la era de internet se ha multiplicado la cantidad de información que se produce y se sube a la red, por lo tanto, cada vez resulta más complicado corroborar que las fuentes sean confiables, pues en muchos casos son imposibles de rastrear. Los medios, en su afán de adaptarse a los nuevos tiempos, apuestan por lo superficial o rápido y dejan de lado las investigaciones de fondo.

Las nuevas tecnologías traen consigo muchas ventajas, pero también muchos riesgos y responsabilidades. Exigen adaptarse a los tiempos actuales y a las nuevas audiencias. Efectivamente hay mucha información disponible, el problema es que entre más abundante sea más difícil resulta rastrear y corroborar las fuentes. Muchos medios dan menos prioridad a la veracidad y apuestan por la información que resulte atractiva y atraiga a un número mayor de personas. Prefieren la instantaneidad, a pesar de que ello implique la falta de análisis y de tiempo para filtrar y comparar la información que difunden.

El crecimiento explosivo de los medios digitales y las redes sociales está permitiendo que la gente transforme las herramientas, las instituciones y la forma de hacer

periodismo. Independientemente de que las instituciones en que se apoya el periodismo sobrevivan o no, lo cierto es que los ciudadanos están actuando, ya no como reporteros, sino como periodistas (Ramonet, 2002).

Las nuevas tecnologías también dieron origen a la conformación de nuevos medios informativos internacionales o filtradores de información como los sitios de Wikileaks y Openleaks, que obligaron a los grandes consorcios de la información a replantearse las estrategias que estaban siguiendo en el manejo y tratamiento de la información. Dichos medios han puesto en práctica una nueva forma de conseguir y compartir información que consiste en las “filtraciones de información”, en muchos casos considerada clasificada, tiene la capacidad de generar titulares en medios como *The New York Times*, *The Wall Street Journal*, *Los Ángeles Times*, *The Washington Post*.

Existen considerables peligros, así como oportunidades en la naciente era del periodismo. Los periodistas no son solo reporteros que tuitean desde una manifestación o publican fotos de sucesos o eventos potencialmente noticiosos. Los periodistas trabajan fundamentalmente para verificar la información y las pistas que reciben de los ciudadanos. No hay garantía de que la información que llega de primera mano sobre una noticia sea cierta. La verificación de la información recibida se ha convertido en una labor incluso más importante que la fuente de la noticia, puesto que ahora esa fuente puede ser cualquier ciudadano desconocido, en lugar de un famoso periodista.

Tratar de separar la información fiable de la poco fiable o inexacta es quizás la labor más importante de un periodista, pero está muy lejos de ser su única actividad. Los periodistas tratan de averiguar si hay más de un punto de vista sobre un asunto concreto y buscan a personas reputadas que les ofrezcan diferentes versiones o dimensiones de una historia. Los periodistas contextualizan los sucesos explicando su trasfondo histórico y cultural. Los periodistas convierten los hechos en historias que ayudan a la gente a empatizar con las noticias. Aunque las instituciones sobre las que se apoyan las personas

que realizan esa labor están cambiando, la necesidad de verificación, contextualización y la narrativa de esas historias no van a desaparecer; de hecho, esta necesidad es incluso mayor.

Los periodistas tradicionales tienen que aprender a construir y afinar redes de informadores, gestionar comunidades de ciudadanos, reporteros y comentaristas, utilizando los medios sociales y tecnológicos para comprobar la veracidad de las historias. Los periodistas necesitan, además, entender la importancia de la verificación, de la disponibilidad de múltiples perspectivas de la misma historia y de la capacidad para contar esa historia. El desafío no consiste solo en mantenerse al día con las tecnologías. El desafío, para los profesionales, consiste en entender la importancia de la búsqueda de la verdad a la hora de informar acerca de una noticia y el papel fundamental del periodismo en la democracia. Lo que no necesariamente pueden comprender los aficionados.

El periodismo, apoyado en la colaboración de los ciudadanos, ha contribuido a la evolución de la comunicación, mostrando que juntos, periodistas profesionales y *amateurs*, pueden hacer un trabajo colaborativo, ofreciendo mayor calidad, vigilando a los poderosos y velando por la transparencia informativa.

Por otro lado, la multimedialidad ha cambiado radicalmente la forma de producir y de publicar de los medios. Ahora las nuevas plataformas alojadas en la Web permiten combinar texto, video, audio, imagen, logrando que se complementen entre sí. La ventaja en este caso es que da la posibilidad de utilizar el medio más idóneo para cada una de las partes de la información. La desventaja sería que esta modalidad obliga a los periodistas a convertirse en multimedia (edición imagen, video, audio), que siempre están contra reloj debido a la inmediatez con que se debe producir la información.

La integración de las redacciones puede contribuir al éxito de las empresas en la medida que les permite agregar elementos multimedia y distribuir sus contenidos en diferentes plataformas. Al reconfigurar sus unidades de producción logran la concentración de los procesos en un mismo espacio. Son capaces de ofrecer contenidos periodísticos

especializados multimedia, actualización en tiempo real y manejo de productos gráficos. Hay una readaptación de las redacciones, con distintos modelos, por ejemplo, híbridos informativos que se mantienen actualizados las 24 horas a través de Internet, con un cierre a determinada hora para la edición impresa. El impreso se utiliza como soporte para los análisis, contextualizaciones y opiniones sobre las noticias del día que pasó.

Para el caso de las revistas académicas del área de Ciencias Sociales y Humanidades, la mayoría comenzaron con la edición de versiones impresas, pero con el tiempo han incursionado en los contenidos digitales, es decir, ya no solamente realizan la versión impresa sino que ahora también cuentan con una versión digital disponible en línea y de acceso abierto.

Han tenido que desarrollar nuevos canales de difusión y obtener valor de los distintos tipos de contenido para las tradicionales y nuevas plataformas basadas en la fortaleza, reputación y credibilidad de las marcas editoriales (Campos, 2010). En este aspecto *Problemas del Desarrollo* tiene una buena reputación ante la comunidad académica.

Algunas también han hecho esfuerzos por construir una integración semántica procurando el mejoramiento al acceso y a la explotación de los contenidos, lo cual permite encontrar información adicional en la Web. Buscan facilitar la extracción y clasificación de la información y la interoperabilidad semántica de tal manera que se permita el acceso global a fuentes en entornos heterogéneos y distribuidos. Uno de los objetivos principales es enriquecer las relaciones entre los contenidos para ofrecer mejores búsquedas e interoperabilidad entre las diferentes fuentes de datos. Ofrecen el acceso a índices y bases de datos, así como servicios de búsqueda cerrados y abiertos, lo que permite complementar la información sobre la cual se tiene interés.

2.2 Análisis de la oferta y la demanda

El público meta de *Problemas del desarrollo* se ubica en el rango de edad de entre 18 y 55 años, enfocándose principalmente en el área educativa y de investigación, es decir, en los estudiantes de licenciatura, maestría y doctorado (de economía y carreras afines), así como en el ámbito académico y de investigación del área de las Ciencias Sociales y las Humanidades. También se busca captar lectores no sólo del segmento ideal, sino también del que desea y puede, pero no conoce, ese es uno de los principales retos. Me refiero a quienes cuentan con un dispositivo electrónico y que cuentan con acceso a internet.

Para conocer un poco más sobre el perfil de los usuarios se tomó como referencia los resultados ofrecidos por la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH) 2015. De acuerdo a ésta los cibernautas mexicanos emplean la red principalmente para:

- Obtener información general, 88.7 por ciento.
- Comunicarse por mensajería o correo electrónico, 84.1 por ciento.
- Acceder a contenidos audiovisuales, 76.6 por ciento.
- Acceder a redes sociales, 71.5 por ciento.
- Interactuar con el gobierno, 20.8 por ciento.
- Ordenar o comprar productos, 9.7 por ciento.
- Realizar operaciones bancarias en línea, 9.3 por ciento.
- Usos diversos, 0.3 por ciento.

La misma Encuesta muestra los siguientes porcentajes en el uso de internet por edades: población de entre 6 a 17 años, 70.2%; de entre 18 a 34 años, 76.5%; de entre 35 a 59 años, 46.7%; adultos mayores de 60 años o más, 13.7 por ciento. Se puede observar que entre la población joven el uso de internet es más frecuente, pero en la población adulta es cada vez más frecuente su uso. Si mi público meta se ubica en el rango de entre 18 a 55

años, y al consistir mi proyecto en un medio electrónico, el potencial de usuarios a los que se puede llegar es alto.

De acuerdo a la ENDUTIH 2015 los principales lugares de acceso entre el conjunto de usuarios de computadora fueron: el hogar (61.5 por ciento), sitio público (40.9 por ciento) y en el trabajo (29.3 por ciento). Según el estudio de la AMIPCI 2016, el principal dispositivo para acceder a la red es el Smartphone con 77%, seguido de la laptop y la computadora de escritorio con 69 y 50%, respectivamente. Las dos últimas son herramientas muy utilizadas en el ámbito académico y estudiantil.

Aunque no se encontró un documento o estudio que haga referencia a la penetración de internet en los estudiantes universitarios o dispositivos utilizados por los mismos para acceder a la red, un indicador muy importante para conocer dónde se encuentra un mercado potencial, a nivel nacional, es el que aporta un estudio de (Ham y Pineda, 2014: 30-31) el cual reporta que las universidades públicas y los institutos nacionales localizados en el Distrito Federal generan casi 50% de la investigación científica del país, y la UNAM contribuye con 35.2% de ese total.

Análisis de la oferta

Por las características originales del proyecto, para conocer los competidores ya instalados en el mercado originalmente se recurrió, en primera instancia, al Reporte de Posicionamiento de las Revistas Mexicanas de Investigación Científica y Tecnológica del Conacyt, elaborado por el equipo de SciELO-México de la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM, el cual incluye aquellas revistas que están incorporadas a por lo menos una de las siguientes bases de datos: Web of Science, Scopus, SciELO y SciELO Citation Index y que cuenten con información consistente en dichos sistemas.

De acuerdo con los datos contenidos en dicho reporte en el área de Ciencias Sociales, hay un total de 22 revistas indizadas en el padrón de excelencia de Conacyt. Los

portales relacionados con temas de economía son: *Trimestre Económico* del Fondo de Cultura Económica y *Economía Mexicana. Nueva Época* del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE). Uno del Área de Humanidades y Ciencias de la Conducta: *América Latina en la Historia Económica* editada por el Instituto de Investigaciones Dr. José María Luis Mora.

Localmente hay otras cinco revistas con una oferta parecida: *Investigación Económica*, *Economía Informa* y *EconomíaUnam* (UNAM); *Estudios Económicos* (Colmex); *Economía, Teoría y Práctica* (UAM-I). A nivel nacional se encuentran cinco más.

La estrategia que están utilizando las revistas referidas es mantener sus contenidos en acceso abierto, lo que permite consultar y bajar los materiales que publican de manera completa. Ofrecen el servicio de suscripciones y ventas en línea de sus versiones impresas, así como convenios de canje y donación con otras publicaciones. El formato en que se encuentran los textos de los artículos, por lo general, es PDF y una que otra se encuentra también en formato HTML.

Cabe mencionar que el análisis de la oferta de las revistas científicas se realizó debido a que retomo algunos de los artículos científicos para publicarlos en *Problemas del desarrollo*.

Como ya se había mencionado, las revistas académicas representan uno de los canales más relevantes para comunicar los resultados de investigación, pero no siempre constituyen una fuente eficaz de comunicación entre los expertos y la sociedad. Por lo tanto, hace falta que los resultados se lleven al entorno académico-estudiantil y social para su discusión y retroalimentación mediante la creación de portales periodísticos adaptados a las nuevas exigencias y características de los usuarios.

Actualmente muchos medios tradicionales han conformado híbridos, es decir, mantienen sus versiones impresas, pero también cuentan con una versión digital. Dos de los más importantes, que ofrecen contenidos similares a los de mi proyecto, son El Economista y El Financiero, cuyo perfil se enfoca hacia la economía y finanzas pero que, debido a las nuevas dinámicas de los medios, han dado menos prioridad a las investigaciones de fondo con un carácter estructural y apostado por lo superficial e instantáneo. Ambos hacen uso de las redes sociales para difundir sus contenidos, sin embargo, al monitorear su interacción con los usuarios se puede observar que la retroalimentación con los mismos es casi nula. Se puede deducir que utilizan estos medios para atraer tráfico a sus sitios web, pero hay un desinterés por interactuar con los usuarios.

Se ha dado una evolución en la organización y producción de las empresas de comunicación: se ha pasado de una industria integrada verticalmente a una que tiende a la desintegración vertical. Los procesos de la cadena de valor ahora se realizan en distintas empresas mediante diferentes actividades. Los ciudadanos han pasado de ser pasivos a activos y, en la medida que se han vuelto interactivos, exigen a los medios reinventarse y dejar de ser unidireccionales. La cercanía y fidelidad la consiguen mediante la creación de *blogs*, generando comunidades de colaboradores que interactúan con los profesionales del medio o bien mediante el uso de redes sociales donde les ofrecen la opción de consumir y producir información.

Las organizaciones se encuentran en una constante búsqueda de modelos que les permitan tener éxito y encontrar un lugar en la nueva cadena de valor: no hay un modelo definitivo, ni estático, éstos se encuentran en constante evolución.

2.3 Validación e innovación del proyecto

La UNAM cuenta con varias publicaciones académicas periódicas, principalmente revistas, pero dichas publicaciones se enfocan más en el público especialista y dejan de lado a los no expertos. Al ser pensadas para que las lean sus pares, son publicaciones de difusión y no

necesariamente de divulgación (para no especialistas en el tema), lo que limita su alcance e interacción con los usuarios.

Al analizar el contexto del acceso a internet se puede constatar que hay un exponencial crecimiento del mercado en línea, el cual representa una ventana de oportunidad para hacer llegar los productos publicados por *Problemasdel desarrollo* a un público más amplio, aprovechando los diferentes canales de difusión y las herramientas multimedia que ofrecen las tecnologías de la información y comunicación.

Problemasdel desarrollo permite agregar elementos multimedia y notas adicionales sobre lo más relevante del acontecer nacional e internacional. El usuario tiene acceso a trabajos académicos de investigación, pero también a notas de coyuntura que le ayudan a entender el contexto actual. Aspira a convertirse en una opción en la que el usuario disponga de un sitio web, cuya arquitectura sea agradable y cuente cada día con mayor accesibilidad y usabilidad.

Ofrece enlaces dinámicos hacia los contenidos disponibles como: perfil y otras publicaciones de los autores, materiales audiovisuales en *YouTube*, cuenta de *Facebook*, etc. La incorporación de videos con entrevistas a los autores da una mejor contextualización de los artículos o notas periodísticas. Así se abrió la sección “En palabras de los autores”.

El proyecto de *Problemasdel desarrollo*, ofrece a los usuarios una página más participativa y colaborativa para lograr una experiencia más dinámica y atractiva. Integra elementos multimedia en la elaboración de sus notas periodísticas haciendo más atractivos los contenidos que se generan. Además, cumple la función social de difundir los resultados de investigación y establecer un vínculo entre los especialistas y los no expertos; también hace posible la articulación de lo local con lo nacional y lo regional.

Su sección Principal comparte hallazgos de investigación publicados en artículos científico-sociales, pero agregando elementos multimedia, como las entrevistas y enlaces, y

permitiendo la interactividad con los usuarios, se cambia la manera unidireccional de compartir la información.

Al ser un proyecto que nace en el seno de la UNAM, las principales fuentes de información las constituyen los profesores e investigadores que laboran en el campus universitario, quienes constantemente generan conclusiones de investigación, pero carecen de los canales suficientes para difundirlas, sobre todo entre las generaciones jóvenes.

Su contribución principal es ofrecer a los lectores materiales que les permitan mantenerse informados sobre temas de carácter estructural y coyuntural, considerados de trascendencia social para que tomen decisiones informadas.

Capítulo 3. Marco metodológico

3.1 Plan operativo para ejecutar el proyecto.

La planeación del proyecto del sitio web *Problemasdeldesarrollo* (El peso de la economía) comenzó en el mes de enero de 2016, al inicio del tercer semestre de la maestría, mientras que su creación y ejecución se realizó a partir del mes de febrero del mismo año.

Etapas en que se planeó y ejecutó el proyecto

1. Se ajustó la definición conceptual del sitio web: se redefinieron los objetivos del proyecto, enero de 2016.
2. Se verificó la viabilidad de la creación del sitio, tanto en lo referente a la cuestión financiera como a la de recursos humanos. Se determinó el gestor de contenidos con el que se crearía y se definió el diseño. Lo anterior, apoyado en una videoconferencia grupal y otros recursos proporcionados por el asesor, enero de 2016.
3. Una vez que se creó y publicó el sitio web, a principios de febrero de 2016, se subieron los materiales planteados en el mes de enero para la Agenda de contenidos, misma que se describe en el capítulo 4.. Se generaron las primeras entradas y secciones del sitio web, así mismo se compartió la URL con el asesor para retroalimentación y recibir observaciones o sugerencias.
4. Se realizó la instrumentación técnica que permitió la incorporación de herramientas multimedia a la página. Se agregaron otros recursos (Ejem. seguir leyendo) a las notas publicadas, febrero de 2016.

5. Se compartió la URL con un compañero para analizar los respectivos sitios y hacer recomendaciones. Ello permitió hacer mejoras al diseño y contenidos del sitio, febrero de 2016.
6. A principios de marzo se insertaron widgets y se hicieron ajustes a las secciones del menú principal para hacer más atractivo el sitio y dotarlo de más herramientas.
7. La segunda semana de marzo se actualizó la propuesta conceptual del sitio web y se compartió la URL del proyecto con los elementos solicitados por el asesor, cumpliendo con el objetivo de crear, editar y publicar un sitio web con fines periodísticos. En esta fase, como en otras también se recibió la respectiva retroalimentación del asesor.
8. Edición y publicación de nuevos contenidos de la Agenda: ajuste de títulos, sumarios, listas, textos, etiquetas, videos, fotos, etc.), para incluirlos en las secciones correspondientes. Después de la creación y publicación de las páginas de Guía de estilo y Código de ética, se compartió en la plataforma para que se diera la retroalimentación, marzo y abril de 2016.
9. Gestión y obtención de dominio .ORG, así como la migración de contenidos del sitio web <https://problemasdeldesarrolloblog.wordpress.com/> a <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/>, durante abril y mayo de 2016.
10. Publicación de contenidos en el nuevo sitio web y adecuación de sus diferentes secciones a partir de mayo de 2016.

Cronograma general para la creación y desarrollo del sitio web Problemasdeldesarrollo. “El peso de la economía”					
Año	2016		2017		2018
Semestre	Primero	Segundo	Primero	Segundo	Primero
Etapas	Ajuste de definición conceptual				
	Verificación de viabilidad				
	Diseño editorial				
	Instrumentación Técnica				
	Experimentación				
		Lanzamiento			
			Reforzamiento		
			Consolidación		
Elaboración de planes operativos	Financiero				
	Gestión del equipo de trabajo				
		Gestión de redes			
			Monitoreo del sitio y de redes		
			Construcción de directivas legales		
Fases del proyecto	Inicio				
	Planeación				
	Ejecución				
		Control			
		Cierre			

Evaluación y balance del sitio web

La principal problemática detectada, a raíz de una reunión programada con el equipo de colaboradores (José Luis Maya, Minerva García, Leticia Duarte y Rafael Olmos) para hacer un primer balance del sitio, a principios de abril de 2016, fue que no contaban con experiencia en la publicación de notas para sitios web. Todos los involucrados en el

proyecto con una excelente disposición, pero reconocían que estaban aprendiendo sobre la marcha. Se puede agregar que todos ellos son voluntarios y tienen responsabilidades en otras áreas, motivo por el cual no pueden dedicarse de tiempo completo a la producción de contenidos para la página web. El acuerdo fue que cada uno tratara de ajustarse a los tiempos establecidos en la Agenda de Contenidos.

Otra dificultad que se encontró es que es complicado localizar y concertar una cita para entrevistar a los autores que escriben en la revista *Problemas del Desarrollo* (en adelante también referida como “revista científica”), lo que retrasa la producción de videos que se plantean en la Agenda de Contenidos, mismos que nutren la sección “En palabras de los autores”.

En el equipo no hay un integrante que cuente con conocimientos avanzados en edición de contenidos multimedia.

Debido a que se estaba utilizando un tema gratuito de los ofrecidos por la plataforma de Wordpress, los ajustes de las imágenes no se realizan de manera automática, por lo que se tenía que realizar de manera individual editando cada nota.

Necesidades detectadas

Hace falta generar mayor número de contenidos para alimentar las diferentes secciones de la página web, así como adecuar de mejor manera los artículos de la revista científica que se publican en el sitio de *problemasdeldesarrollo*.

Otras acciones que hacen falta para optimizar los procesos de producción y publicación de contenidos es conseguir el apoyo de por lo menos un colaborador formado en el campo del periodismo que se encargue de la producción constante de contenidos, así como de un diseñador web para aprovechar de mejor manera los espacios del sitio web.

También es necesario instalar en los equipos de todos los colaboradores un software para editar los elementos multimedia.

Plan de mejora

El plan de mejora se implementó a partir del mes de abril de 2016, en el cual se estableció como uno de los objetivos particulares el lograr que los integrantes del equipo se apropiaran del manual de estilo para publicar contenidos adecuados para una página web. Así como realizar los cambios necesarios para mejorar la apariencia y la información contenida en la misma. Para ello se propusieron las siguientes acciones y actividades:

- Enfatizar entre el equipo sobre la importancia de la apropiación y uso del manual de estilo, disponible en la página web, para generar contenidos que cumplan con las características mínimas de las publicaciones para web.
- Trabajar en las adecuaciones sugerencias en el curso a los contenidos de las diferentes secciones: complementar la información de algunas notas y homogeneizar las imágenes principales incluidas en las publicaciones de cada sección.
- Hablar con los autores de los artículos de la revista científica para concertar las entrevistas lo antes posible.
- Incluir cada semana, de manera puntual, en el sitio web *problemasdeldesarrollo* uno de los artículos publicados en el número actual de la revista científica, dándoles un formato adecuado para web.
- Solucionar el problema de los ajustes automáticos mediante la migración del sitio web a un dominio .ORG, gestión realizada con el encargado de servidores del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM.
- Gestionar talleres de capacitación en multimedia (edición de audio, video e imagen), gestores de contenido web y programación para todo el equipo de colaboradores y de esta manera aprovechar mejor los recursos disponibles, tanto programas como dispositivos.

- Solicitar recursos para adquirir un iPad para capturar fotos y grabar las entrevistas con los autores que publican en la revista científica.
- Seguir alimentando las secciones de la página web.

A continuación, se detalla la información sobre la implementación de las mejoras que acabo de enumerar y el estatus en que se encuentra cada una de ellas.

Implementación de mejoras y actualización del sitio web

Como se menciona en el apartado anterior **Evaluación y balance del sitio web**, uno de los objetivos particulares planteados fue lograr que los integrantes del equipo se apropiaran del manual de estilo para publicar contenidos adecuados para *Problemasdeldesarrollo*. “*El peso de la economía*” (<http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/>). Así como realizar los cambios necesarios para mejorar la apariencia y actualización de la información contenida en la misma. Entre los meses de marzo y abril de 2016 se editaron las notas del sitio web, realizando los ajustes sugeridos en el curso de Creación y Administración de Sitios Web.

Además, durante los meses mencionados también se realizó un ajuste en la agenda de contenidos, esto con la finalidad de reforzar el plan de trabajo y optimizar los tiempos. Es decir, al principio se planteaban temas muy interesantes, pero que dependían de la localización y disponibilidad de personalidades académicas para entrevistarlas; dada la complejidad para conseguirlo se decidió cambiar los temas por otros más viables y que fueran tratados por especialistas de la UNAM.

Puesto que en el equipo no hay un especialista en edición multimedia, durante el mes de abril se contó con la asesoría de Rebeca Bautista, quien realizaba su servicio social en el área multimedia del Instituto de Investigaciones Filológicas de la UNAM, en la producción de materiales multimedia.

A partir de finales de marzo, los contenidos que se generaron procuraron apearse a las recomendaciones del manual de estilo, tanto en las notas como en los artículos de la revista científica que se publican en el sitio de *problemasdeldesarrollo*.

En el mes de diciembre de 2016 se comenzó a gestionar con Rogelio Espinosa, egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UNAM, su colaboración para producir contenidos. Respecto al diseñador web, se gestionó una posible contratación, pero no hay avances al respecto.

Se han descargado e instalado en los equipos de José Luis Maya, Leticia Duarte, Rafael Olmos y Minerva García el software Premiere Pro para editar los elementos multimedia.

Aquí se presentan algunos avances logrados hasta el momento:

- El equipo tomó de muy buena manera la sugerencia de apropiación y uso del manual de estilo, disponible en la página web, para generar contenidos que cumplan con las características mínimas de las publicaciones para web. Se acordó realizar reuniones quincenales para tomar acuerdos, las cuáles pueden ser presenciales o vía Skype.
- Siguiendo las recomendaciones realizadas en el curso Creación y administración de sitios web (optativa I) se han editado los contenidos de las diferentes secciones: se complementó la información de algunas notas y se homogeneizaron las bajadas e imágenes principales publicadas en cada sección.
- Se han realizado las entrevistas con Uberto Salgado, Adolfo Sánchez y Sergio Ordóñez, mismas que se editaron y subieron al sitio web, sección “En palabras de los autores”.
- Se han agregado a la página web *problemasdeldesarrollo* varios artículos de la revista científica dándole un formato adecuado para web, uno de los publicados corresponde al número 184 e incluye un enlace hacia la entrevista con uno de los autores (Uberto Salgado).

- Se ha concluido el gestionamiento del dominio .ORG, mismo que ha sido proporcionado por el encargado de servidores del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM (Gunnar Wolf). Cabe mencionar que ya se realizó la migración de los contenidos de <https://problemasdeldesarrolloblog.wordpress.com/> a <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/>
- Se habló con la directora de la revista científica (*Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*) quien estuvo de acuerdo en que los talleres de capacitación en multimedia (edición de audio, video e imagen), gestores de contenido web y programación para todo el equipo de colaboradores (internos y externos) son muy necesarios.
- En febrero de 2016 se solicitó el iPad para capturar fotos y grabar las entrevistas con los autores que publican en la revista científica, se realizó la cotización y se autorizó la compra. A partir del mes de marzo ya se cuenta con dicho equipo.
- Entre abril y agosto se agregaron otros contenidos al sitio web, procurando aprovechar los recursos multimedia (video, hiperenlaces, fotos). Videos: “En palabras de Uberto Salgado”; “En palabras de Sergio Ordóñez” En palabras de Adolfo Sánchez”. Artículos: “Migración interna mexicana”; “China y América Latina frente a la recesión y deflación”, “Multiplicadores y coordinación fiscal y monetaria en Argentina, Brasil, Chile y México para el desarrollo”. Notas: “Los doce apóstoles del TPP”, “Infraestructura y desarrollo regional: la integración del territorio sin sus pobladores”, “La desigualdad, un problema irresuelto en México” y “Las mujeres controlan cerca del 65% de las decisiones de compra totales en bienes y servicios a nivel global”.
- A partir del mes de septiembre se agregaron otros contenidos al sitio web. Videos: “Tipo de cambio y debilidad de la economía mexicana”. Artículos: “Lecciones de la crisis del euro para la cooperación financiera regional”, “Chiapas: estado que registra elevados índices de pobreza y marginación”, “Retos de América Latina: Agenda para el Desarrollo Sostenible y Negociaciones del siglo XXI”, “Objetivos del Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030: frente a las políticas públicas y los cambios de gobierno en América Latina”, “Industria eléctrica en México: tensión

entre el Estado y el mercado”. Notas: “Mujeres y la economía”, “Yuriko Koike: primera gobernadora en la historia de Tokio”, “Trabajo doméstico de las mujeres en México representa cerca del 20.5% del PIB”, “Las personas de origen mexicano que viven en Estados Unidos generan el 8% del PIB de ese país: Eduardo Roldán”, “Oaxaca en la mira de los inversionistas del sector eólico”, “México: tres posibles escenarios del tipo de cambio peso-dólar”, “Exportaciones agroalimentarias generan más divisas que las remesas y el petróleo en primer semestre de 2016”, “Aumenta el precio de la gasolina en México por segundo mes consecutivo”, “Cae 0.3% el PIB de México durante el segundo trimestre del año”, “Dólar llega a 19.17 pesos en bancos de la Ciudad de México”.

CRONOGRAMA PRIMERA PARTE

TAREAS Y ACCIONES	RESPONSABLE	FECHA DE INICIO	FECHA FIN	Estatus (mayo 2016)
Apropiación y uso del manual de estilo	José Luis Maya	5 de abril	6 de abril	Realizado
Adecuación de los contenidos de las diferentes secciones	José Luis Maya/Minerva García	5 de abril	1 de mayo	Atendidas las observaciones del profesor. Actividad permanente
Entrevistas a Uberto Salgado, Adolfo Sánchez y Sergio Ordóñez	José Luis Maya/Leticia Duarte	15 de abril	5 de mayo	Realizadas y publicadas, con un enlace hacia sus respectivos artículos y viceversa
Inclusión de artículo de <i>Problemas del Desarrollo</i>	José Luis Maya	15 de abril	30 de abril	Se agregaron los artículos de Luis Quintana y Uberto Salgado (con un enlace hacia la entrevista; Alicia Girón; Carlos Fraga, Israel Briseño y Miguel Heras.
Conseguir dominio .ORG	José Luis Maya/Minerva García	23 de mayo	31 de mayo	Gunnar Wolf ya proporcionó el dominio y nueva página, migración de los contenidos
Capacitación	Minerva García	25 de abril	31 de mayo	Actividad permanente
Solicitud de recursos para iPad	José Luis Maya	5 de abril	7 de abril	Ya se cuenta con el dispositivo
Publicación de notas en las secciones de la página web	José Luis Maya/Minerva García, Leticia Duarte/Rafael Olmos	7 de abril	31 de mayo	Actividad permanente

CRONOGRAMA SEGUNDA PARTE

TAREAS Y ACCIONES	RESPONSABLE	FECHA DE INICIO	FECHA FIN	Estatus (diciembre 2016)
Adecuación de los contenidos de las diferentes secciones	José Luis Maya/Minerva García	2 de mayo	Actual	Actividad permanente
Entrevistas a Alicia Girón y Armando Sánchez	José Luis Maya/Leticia Duarte	17 de octubre	31 de octubre	Realizadas y publicadas
Inclusión de artículo de la revista científica	José Luis Maya	27 de junio	Actual	Se agregaron los artículos de Víctor Rodríguez; Alicia Girón, Ana Ma. Álvarez; Teodoro Aguilar; Óscar Ugarteche; Guillermo Foladori; Noé Fuentes, Germán Osorio y Alejandro Mungaray
Dominio .ORG y migración de contenidos	José Luis Maya/Minerva García	Junio	Agosto	Se consiguió el dominio para la nueva página y se migraron los contenidos
Capacitación	Minerva García	25 de abril	Actual	Actividad permanente
Compra de iPad	Minerva García	5 de abril	Mayo	Ya se cuenta con el dispositivo
Publicación de notas en las secciones de la página web	José Luis Maya/Minerva García, Leticia Duarte/Rafael Olmos	7 de abril	Actual	Actividad permanente
Instalación de los programas de edición de video Movie Maker y Premiere Pro en 4 equipos de los colaboradores	José Luis Maya/Minerva García	25 de abril	Actual	Programas instalados y utilizados

La ventaja que ofrece Wordpress es que permite realizar el seguimiento y monitoreo del sitio web mediante las herramientas de estadísticas que pone a disposición de los administradores. Con base en esos datos se realizará una evaluación constante tomando en cuenta el perfil y el origen del usuario, así como el número de páginas vistas, promedio de tiempo en la página, accesos, entre otros.

En la medida que la evaluación es un factor esencial en la construcción, ejecución y mantenimiento de un sitio web, es una actividad que se realizará de manera constante en el

sitio web de *Problemasdeldesarrollo* para determinar si las estrategias están funcionando y, en caso de no ser así, realizar los ajustes necesarios.

Dicha actividad permite detectar varios factores que menciona Alicia García (2002) en su texto, mismas que se han detectado y ajustado con base en la asesoría otorgada por el profesor Francisco Robles Cruz, durante el curso de Diseño y usabilidad:

- Identificar carencias de contenido: diseño y actualización.
- Identificar dificultades operativas y de navegación.
- Conocer necesidades no contempladas hasta ahora.
- Conocer el comportamiento del sitio frente a las herramientas de recuperación de información.

Otra herramienta que se ha habilitado para complementar la evaluación a través de los datos proporcionados por Wordpress es Google Analytics. Para ello, aunque de manera tardía, a partir del 10 de noviembre de 2016 se instaló un *plugin* en la plataforma de Wordpress, ya que ésta no ofrecía un enlace de manera automática a dicho recurso.

Cabe mencionar que, al intentar medir el alcance de las cuentas de redes sociales para llevar tráfico al sitio web, no se pudo aplicar ninguna herramienta de las disponibles en línea ya que éstas están diseñadas para medir las páginas de Facebook y en mi caso utilicé las cuentas personales de Facebook ([José Luis Maya Cruz](#)) y de Twitter (@jlmaya1).

Después de darme cuenta de las limitantes de las cuentas de redes sociales personales, a partir de octubre de 2016 se creó una página de Facebook ([Problemasdeldesarrollo](#)) expresamente para compartir contenidos publicados en el sitio web *Problemasdeldesarrollo*. Enero de 2017 fue el mes fijado para la creación de la cuenta de Twitter [@PesoDlaEconomia](#), con la cual se ha planteado ganar fans y seguidores.

3.2 Plan operativo financiero.

Descripción del modelo de negocio

La revista científica se inserta dentro de lo que se denomina medio híbrido o mixto, es decir, edita de manera paralela su versión impresa con la *online*. La parte fuerte del financiamiento proviene de recursos públicos asignados por la UNAM, a través del Instituto de Investigaciones Económicas. Dadas estas condiciones, los esfuerzos se enfocan principalmente en la cadena de valor correspondiente a la etapa final: difusión y promoción. El objetivo principal es posicionar a la revista en los buscadores con miras a convertirla en una de las principales fuentes de consulta en su género y en un medio atractivo para el mercado en línea.

Respecto al modelo de negocio del sitio web de noticias *Problemasdeldesarrollo* es gratuito, ya que los contenidos publicados, tanto los creados como los que se comparten, no exigen algún pago para acceder a ellos. Los elementos multimedia y recursos que proporciona Wordpress han permitido que los artículos publicados en la revista científica se puedan compartir adecuándolos a los requerimientos de un medio digital.

Mientras que en el sitio web de la revista científica no hay posibilidad de incluir publicidad pagada, en la página de *Problemasdeldesarrollo* se acepta de manera moderada, es decir, se ha considerado una sección donde se pueda colocar la publicidad de quien desee anunciarse. Tomando en cuenta su diseño, la publicidad se incluye en la parte lateral derecha, consistente en un banner lateral fijo cuyo es de mil pesos mensuales para empresas y público en general, mientras que para las instituciones públicas es de 500 pesos mensuales. Por cinco menciones en Facebook: 500 pesos mensuales.

Características del banner

Tamaño en pixeles	300 x 300 px (equivalente a 2.54 x 2.54 centímetros)
Formato	JPG (formato de imagen con mayor compatibilidad)
Peso	Menores a 70 KB (peso recomendado para web)

Resolución	300 DPI (calidad adecuada de la imagen)
Compresión	Menor a 60, recomendable 50 (ajuste al convertir el archivo)

Por el momento, no se requiere financiamiento para la creación de contenidos ya que ello se realiza mediante colaboraciones en la modalidad de voluntariado, pero en la medida que se pueda posicionar el sitio web podría justificarse la contratación de un reportero que sea el encargado de generar los contenidos de temas coyunturales, así como un community manager que realice el monitoreo para proponer mejoras, tanto del sitio web como de las redes sociales.

Conforme el equipo editorial adquiera mayor experiencia en la generación de contenidos multimedia, se considerará la opción de proporcionar asesorías a quienes quieran incursionar en el ambiente web.

A diferencia otros medios que no cuentan con el financiamiento de una institución y cuya difusión y promoción tropiezan frontalmente con la naturaleza de su modelo de negocio, basado en el cobro por la consulta de sus contenidos, una ventaja del proyecto es que puede tener como aliados a las redes sociales para la consecución de fidelidad de los usuarios. Otra ventaja es que su propuesta de valor (oferta) tiene como cometido principal compartir investigaciones con alta relevancia social, acompañadas de notas de actualidad sobre diversos temas para mantener informada a la audiencia.

Se está consciente que la relación existente con el Instituto de Investigaciones Económicas (IIEc-UNAM), a través de su revista científica, podría generar algún malestar si se incluyen en la agenda de contenidos noticias que afecten a la institución, sin embargo, por el momento no hay censura debido a que se cuenta con el respaldo total de la directora de la revista científica. Mientras la información se ofrezca de manera gratuita y no se gane dinero, es menos probable que haya conflictos de interés.

Hasta diciembre de 2016 no se ha logrado vender ningún anuncio en el sitio web *Problemasdel desarrollo* debido a que no se cuenta con una persona que se haga cargo de

gestionar la publicidad con las instituciones o empresas, sólo se ha compartido y adecuado al formato digital lo más relevante de los artículos de la revista científica, así como las notas generadas por el equipo involucrado en el proyecto.

3.3 Plan operativo para la gestión y monitoreo de redes sociales.

Objetivos y políticas generales para su gestión

El objetivo principal del plan para el manejo de redes sociales es dinamizar la interacción con los usuarios para difundir información sobre distintos temas, tanto de los artículos publicados en la revista científica como de los contenidos generados por el equipo editorial del sitio web *Problemasdeldesarrollo*. Identificar y valorar las contribuciones de los usuarios, dándole crédito a su participación, para establecer lazos de afinidad común con el medio.

Como ya se mencionó en el apartado anterior, hasta octubre de 2016 las cuentas de redes sociales utilizadas para intentar posicionar el sitio web eran las de mi perfil personal de Facebook ([José Luis Maya Cruz](#)) y de Twitter (@jlmaya1).

Se ha conseguido interactuar con algunos usuarios, pero por las características de las cuentas no se ha logrado ampliar el alcance y establecer la fidelidad esperada. Para alcanzar ese propósito se ha creado la página de Facebook [Problemasdeldesarrollo](#) y la de Twitter [@PesoDlaEconomia](#) a partir de enero de 2017.

El presente apartado, presenta una “guía de buenas prácticas para el uso y gestión de redes sociales” en la cual se ha basado el equipo de trabajo de *Problemasdeldesarrollo*, mismo que se recomienda para todos aquellos que quieran incursionar en los medios sociales, ya sean periodistas o ciudadanos en general.

Muchos medios dan menos prioridad a la veracidad y apuestan por la información que resulte atractiva y atraiga a un número mayor de personas. Prefieren la instantaneidad, a pesar de que ello implique la falta de análisis y de tiempo para filtrar y comparar la información que difunden.

Las nuevas plataformas de medios sociales conllevan desafíos y riesgos que se pueden minimizar si se aplica una política de buenas prácticas. Para ello se ha tomado como guía las siguientes [10 mejores prácticas para medios sociales](#) de James Hohmann y el Comité de Ética y Valores de la American Society of News Editors.

1. Las reglas éticas tradicionales también se aplican ‘online’.
2. Asuma que todo lo que escribe ‘online’ llegará a ser público.
3. Use los medios sociales para relacionarse con los lectores, pero profesionalmente.
4. Publique las noticias de última hora (exclusivas) en su sitio web, no en Twitter.
5. Cuidado con las percepciones.
6. Autentique independientemente todo lo encontrado en un sitio de redes sociales.
7. Siempre identifíquese a sí mismo como periodista.
8. Las redes sociales son herramientas, no juguetes.
9. Sea transparente y admita cuando esté equivocado ‘online’.
10. Mantenga confidencialidad sobre las deliberaciones internas.

Puntos clave

Los 10 puntos anteriores tienen como finalidad recordar a los reporteros que las reglas éticas tradicionales todavía están vigentes, por lo que deben actuar ‘online’ de la misma forma que lo hacen en persona. No tirar las guías éticas tradicionales por la ventana. El periodista debe escribir de manera responsable y estar consciente de que todo lo que se publica puede ser de alcance público.

Los reporteros tienen la obligación de interactuar y responder, pero no deben engancharse en guerras con los usuarios, por lo que han de mantener siempre una postura profesional y responsabilizarse por sus conversaciones. Aunque la publicación de exclusivas en *Facebook* o *Twitter* siempre es una tentación, lo ideal es que primero se incluya la historia en el sitio web del medio y después se comparta por las redes sociales.

Es muy importante evitar la percepción de que hay un conflicto de intereses, por lo que se deben ofrecer claras limitaciones de la responsabilidad. Es recomendable seguir a todas las fuentes involucradas en un debate y no emitir una postura en favor de alguna de ellas. Se debe dejar claro que sólo se buscan ideas para construir historias.

Autenticar cuidadosamente siempre cualquier información encontrada en *Twitter* o *Facebook* es un principio fundamental en la labor periodística. La vieja regla de usar fuentes confiables todavía se aplica. Identificarse como periodista es básico a la hora de buscar información o entrevistar a las fuentes: ser concisos y claros cuando se describe quién es y qué información busca.

Los periodistas deben recordar siempre que representan a una organización, por lo tanto, deben asumir su papel como narradores de la verdad cuando están en las redes sociales. Los profesionales de la información son seres humanos y por lo tanto se pueden cometer errores, aquí lo importante es admitirlos rápidamente y publicar la corrección lo antes posible.

Una regla básica en los medios sociales es que los periodistas por ningún motivo deben utilizar las páginas personales en línea como el canal para la discusión de temas internos de la sala de redacción.

La guía de buenas prácticas tuvo buena aceptación entre los colaboradores del proyecto cuando se socializó con ellos y se ha trabajado en la apropiación de ésta para utilizar las redes como marca del sitio web. Este proceso concluyó en la segunda quincena

del mes de noviembre de 2016. Hasta poco antes de ese mes, el sitio web lo promoví desde mis cuentas personales de Facebook y Twitter, pero siempre aplicando la guía de buenas prácticas. Cabe resaltar que los puntos clave mencionados se complementan perfectamente con el código de ética establecido para el sitio web desde marzo de 2016.

Facebook

De acuerdo a Rubén Vázquez (2016) Facebook es la red social más importante del planeta debido a que a nivel global tiene más de mil 500 millones de usuarios conectados mensualmente, de los cuales más de mil millones regresan al menos una vez al día. Más de 65% del total de usuarios se conecta a diario y, de ellos, más de 90% entran a través de sus dispositivos móviles. Casi mil millones de usuarios utilizan el sistema operativo Android para entrar a la plataforma.

En el ámbito nacional, la empresa concluyó 2015 con 61 millones de usuarios en México, de los cuales 41 millones visitan la aplicación todos los días, 56 millones son móviles y, de estos, 37 millones ingresan diario. Con el crecimiento de los smartphones la tendencia del uso de móviles es cada vez más grande (Maldonado, 2016).

Esta red social, además de su gran alcance, permite tener acceso a estadísticas, lo cual nos ayuda a desarrollar mejor nuestra estrategia de comunicación.

La sección de “Estadísticas”, siempre y cuando sea una página propia del proyecto, brinda la posibilidad de conocer el perfil de los usuarios que integran su comunidad de fans: edad, sexo, nacionalidad, horas y día en que se conectan, entre otros. Esta plataforma permite generar reportes de los últimos 7 o 28 días.

El monitoreo ofrece la posibilidad de conocer el alcance orgánico de usuarios que se tiene durante los días seleccionados, así como el número de visitas a la página y me gusta a la misma.

Permite saber si lo que se comparte es de interés para las audiencias, conocer cuál ha sido el segmento de edad-sexo más activo, el segmento que más ha crecido, su idioma y países de origen.

Esa información se puede aprovechar para cambiar estrategias mal planteadas o descubrir cosas que no se pensaban. Estar alertas sobre lo que nuestros fans desean obtener.

Otra posibilidad que nos ofrece la plataforma de *Facebook* es conocer los días y horarios en que están conectados los seguidores, ello permite observar cuál es el horario en que mayormente se conectan los usuarios a los que se llega. También muestra los porcentajes entre mujeres y hombres, que también clasifica por edades.

Cabe señalar que entre más especializado sea un medio, el impacto de las publicaciones no es de alcance masivo, pero sí de calidad en cuanto a los usuarios a los que se llega.

Un caso particular que debe ser tratado con especial cuidado es cuando se presenten comentarios fuera de contexto por parte de los usuarios, que pueden ser agresivos, ofensivos o denotar algún tipo de violencia. En estos casos lo más recomendable es no engancharse y eliminar los comentarios, en casos extremos denunciar al usuario o comentario, tal como se menciona en la guía [10 mejores prácticas para medios sociales](#) de James Hohmann y el Comité de Ética y Valores de la American Society of News Editors.

Las posibilidades que ofrece esta red social sólo se han implementado hasta el momento en la página de Facebook de la revista científica ([Revista Problemas del Desarrollo IIEc-UNAM](#)), creada en 2013, la cual cuenta con mil 726 fans y ha servido de plataforma para seleccionar algunas de las temáticas que se publican en el sitio web *ProblemasdelDesarrollo*. El encargado de gestionar dicha página soy yo, y tanto en ella como en la de mi perfil personal se aplica la guía de buenas prácticas.

Twitter

La importancia de Twitter radica en que es una herramienta de mensajería instantánea que permite llegar a millones de usuarios (en junio de 2015 contaba con 302 millones de usuarios) que utilizan este servicio. Además de compartir información, puede funcionar como una fuente primaria de obtención de información.

A través de esta red social se puede seguir a expertos o conocedores de una temática en particular y de esta manera tener acceso a sus perfiles, pero lo más interesante es que también se puede conocer el perfil de los usuarios a los que ellos siguen o con los que interactúan.

Abrir los perfiles de esas personas nos permitirá ver quiénes son, leer lo que ponen como resumen de sí mismos y qué tipo de mensajes escriben. Si vemos que puede ser interesante, es conveniente seguirlos. Lo ideal es que esos usuarios comiencen a seguirnos y lean lo que publicamos.

Es una plataforma con gran alcance, alrededor del mundo se envían 500 millones de tuits al día.

Dadas sus características, esta red social es muy útil para todo proyecto periodístico, ya que no sólo permite volcar los contenidos de las páginas web de noticias, sino que sirve para la propagación rápida de una noticia o bien para recibir otras de último momento. En una publicación se puede “arrobar”, es decir, etiquetar directamente a una persona en particular, por lo que la información llega directamente al perfil individual de cada usuario. Por el momento sólo se ha utilizado la cuenta de mi perfil personal sin tener un impacto favorable, pero a partir de enero de 2017 se ha planteado la conveniencia de crear la cuenta del sitio web *Problemasdeldesarrollo*, siempre tomando como referencia la guía de buenas prácticas.

YouTube

En una nota publicada el 20 de junio de 2015, en la sección de Tecnología, por Daniela Bermúdez titulada [Mexicanos miran 4,000 millones de videos al mes](#), en el periódico *El Economista*, ella reporta que en el mundo se tienen mil millones reproducciones de videos en *YouTube* todos los días. Los usuarios que usan este medio social dedican el 70% de su tiempo a observar videos.

En dicha nota, la periodista también menciona que México ocupa el tercer lugar a nivel global en consumo de video en *YouTube*. El perfil del consumidor es principalmente de personas entre 18 y 34 años de edad, los llamados millennials. Además, es el país con mayor penetración en videos en América Latina. Entre el 1 de abril de 2014 y el 30 de marzo de 2015, el consumo de este formato creció 68%. Se registraron 4 mil millones de reproducciones y 10 mil 174 minutos totales consumidos al mes.

Con base en los datos ofrecidos en las notas de Bermúdez (2015), esta plataforma representa una oportunidad para que las entrevistas realizadas a los especialistas lleguen a los millennials, pues son quienes pasan el mayor tiempo viendo videos en línea, en total 6 mil 246 minutos al mes, más de 60% del tiempo de consumo total en México.

Se decidió incursionar en esta red social debido a que en la Agenda de contenidos se planteó la realización de algunas entrevistas a los autores de la revista científica y a otros especialistas, las cuales se tuvieron que subir al canal de *YouTube* [J. Luis Maya](#) para poder compartirlas en el sitio web *Problemasdeldesarrollo*. Actualmente se han subido cinco videos, el más popular ha sido visto 78 veces. También para este canal se ha tomado como referencia la guía elaborada para redes sociales.

Referencia para Facebook y Twitter

Se toma como base el modelo que propone Alejandro Rost en cuanto a los usos periodísticos que pueden tener las redes sociales, especialmente *Facebook* y *Twitter*, planteado desde un triple abordaje: **recepción**, **difusión** e **interacción**, donde los tres enfoques son complementarios y permiten aprovechar estas plataformas en todo su potencial informativo y comunicativo.

Recepción	Medios ← Usuarios	Recibir información, ideas
Difusión	Medios → Usuarios	Distribuir contenidos
Difusión	Medios ↔ Usuarios	Interactuar con lectores y fuentes

Contexto: uso periodístico de las redes sociales

Facebook	Twitter
Recibir noticias de último momento. Proporcionan alertas y exclusivas	Recibir noticias de último momento. Proporcionan alertas y exclusivas
Verificar casi en tiempo real el interés que suscita un tema	Actualización constante desde cualquier dispositivo
Obtener y contrastar información en situaciones críticas	Obtener y contrastar información en situaciones críticas
Propagación rápida de una noticia	Propagación rápida de una noticia
Crear páginas para generar impacto de un acontecimiento entre los fans	Publicar acontecimientos deportivos o hechos inesperados del espectáculo
Obtener registros múltiples sobre acontecimientos que ocurren de manera simultánea en diferentes lugares	Informar sobre eventos donde participan muchos protagonistas, al mismo tiempo y en diferentes lugares
Se emplea para obtener imágenes e información adicional de una noticia	Se emplea para captar información complementaria sobre una noticia
Difusión simultánea, pero personalizada que llega a cada usuario o fan de manera directa	Difusión simultánea, pero que llega directa al perfil individual de cada usuario
Tener presencia para atraer tráfico hacia el sitio	Volcar los contenidos de las páginas web de las organizaciones de noticias
Para interactuar entre medios, usuarios, fuentes y otros periodistas	Permiten interactuar acortando las distancias entre medios y usuarios o entre fuentes y usuarios

En cuanto al uso periodístico de las redes sociales, para el caso de mi proyecto se ha utilizado básicamente la página de *Facebook* de la revista científica para verificar el interés

que suscita un tema y retomarlo para elaborar contenidos para el sitio web *Problemasdel desarrollo*, por ejemplo, la nota sobre el tipo de cambio en México publicada el 6 de septiembre, así como mantener la interactividad con los usuarios.

Mejoramiento y monitoreo de redes sociales

Ya se cuenta con páginas de redes sociales vinculadas directamente al proyecto, pero no con una persona que se haga cargo de las mismas, lo cual es necesario para explotar su capacidad al máximo: un especialista (Community Manager) capaz de elaborar planes estratégicos basados en la organización y los intereses de los clientes. Ello con la finalidad de mantener la comunidad de seguidores fieles y acrecentar las relaciones con otros clientes, fortalecer el nexo entre la empresa y los seguidores.

El Community Manager no necesariamente tiene que ser asignado a un área específica, por lo que, a través de planes integrales, se encarga, con base en la información obtenida de los usuarios, de recomendar ajustes a los responsables de las diferentes áreas (Aerco & Territorio creativo, 2001). Por el momento carecemos de una persona que brinde ese apoyo.

Lo anterior adquiere relevancia ya que para saber si los contenidos que se generan son atractivos para los usuarios es necesario retroalimentarse con la información que obtiene el Community Manager (CM), ya sea derivada de la interacción con los usuarios o bien la obtenida de las diferentes herramientas y recursos que éste tiene a su alcance.

Se sigue gestionando la incorporación de un CM para que brinde asesoría al equipo en cuanto a la elaboración de contenidos diferenciados, adecuándolos a las características de cada medio social. En otras palabras, debido a que se tienen distintos usuarios y lenguajes, los formatos de texto o elementos multimedia se adecúan para *Facebook*, *Twitter* y otros. La información debe realizarse pensando siempre en el perfil del usuario final.

Plan basado en el empleo de las redes de forma diferenciada:

Facebook: se está utilizando para compartir la información publicada en el sitio web, subir fotos, infografías, gráficas, combinar texto con videos.

Twitter: como canal de información compartir las últimas noticias publicadas en el sitio web.

YouTube: para subir y compartir videos de las entrevistas realizadas a los especialistas.

Adicionalmente se realiza un seguimiento puntual de todo lo que pase en redes sociales para poder detectar y corregir errores, y se está en contacto permanente con los colaboradores para comentar los pormenores. Aquí vuelve a emerger la importancia del CM, pues de acuerdo a su perfil puede hacer evaluaciones de manera continua y entregar informes de lo más comentado en la semana, para saber qué funciona y qué no. La importancia de su planificación radica en que se basa en datos cuantificables.

Poner en práctica estas innovaciones contribuye a incrementar el número de usuarios y, a partir de ahí, seguir subiendo de manera progresiva.

Para lograr un trabajo de calidad tanto el CM como los colaboradores de *Problemas del desarrollo* deben adoptar y compartir los siguientes valores: honestidad, respeto, humildad, generosidad, reciprocidad, colaboración, apertura, escribir correctamente, enfatizar las emociones y mantener la corrección política (Aerco & Territorio creativo, 2001).

3.4 Plan operativo para la gestión de personal

En lo referente a recursos humanos, se sigue manteniendo la misma cantidad de personal de apoyo con la que se inició el proyecto, pues no obstante que se han realizado las gestiones no ha sido posible encontrar personal que se quiera incorporar al proyecto en la modalidad

de voluntariado. Al entrevistar a algunas personas éstas manifestaron el interés de incorporarse al equipo, siempre y cuando obtengan alguna remuneración, sin embargo, hasta el momento no es posible contratarlos ya que por falta de recursos económicos no se puede cubrir el costo de sus servicios.

Los avances que se habían logrado en la gestión para contratar a un profesional de medios se vieron obstaculizados debido a la incertidumbre económica causada por la victoria de Donald Trump para ocupar la presidencia de los Estados Unidos.

Dada esta esta situación el proyecto permanece solamente con cuatro personas en el equipo, por lo que he tenido que desempeñar, además de las funciones de editor, labores de reportero, gestor de redes sociales (personales), administración del sitio (junto con Minerva García), editor de audio y video, entre otros.

Aunque es muy complicado contratar personal en el corto plazo, no he quitado el dedo del renglón, ya que como bien lo afirma Aerco & Territorio creativo (2001), la clave para que una empresa de comunicación sea exitosa es rodearse de los recursos humanos idóneos, es decir, se debe contar con un equipo multidisciplinario de colaboradores que se encarguen de un área dependiendo su perfil.

Para el caso de una empresa de comunicación recomienda contar de manera básica con:

- Un editor en jefe que funja como curador de información
- Un diseñador web
- Dos redactores
- Tres reporteros
- Un encargado de marketing
- Los colaboradores externos que se pueda

Sobre los nuevos perfiles, Ramón Salaverría y Samuel Negrodo (Salaverría y Negrodo, 2010: 76), aseguran que actualmente en los medios se extiende un tipo de profesional que se puede denominar como periodista multitarea: sobre él recae un sinnúmero de labores periodísticas que antes realizaban por separado distintos profesionales. Son periodistas a los que se les mide más por el número de labores desempeñadas y la cantidad de producto informativo generado, que por su calidad periodística.

En contraste, Olga Álvarez (2003) afirma que la función de los periodistas llamados tradicionales y los digitales es exactamente la misma: informar. Lo que cambia radicalmente es la forma de producir esas noticias, esa información en todos sus géneros.

La autora sostiene que toda redacción digital debe tener por lo menos tres departamentos que vertebran toda la plantilla y que son: editorial, diseño y comercial. Según ella, la plantilla de una redacción en línea sería más o menos así:

- Un director general, en el área de la gerencia
- 1 director de contenidos
- 3 redactores
- 1 editor
- 1 productor multimedia, que compongan el Área editorial
- 3 diseñadores como mínimo, imposible menos.

Entre otras, la habilidad básica que debe tener un editor web es la de conocer el lenguaje multimedia e hipertextual, al que adaptan buena parte de los contenidos. Los editores de sección y directores de periódicos se han ido sustituyendo paulatinamente por editores de contenido.

Para los periodistas el reto es lograr ser realmente intermediarios entre la realidad y el público, creativos e innovadores en la forma de entregar la información, que piensen de manera interactiva y que puedan ponerse en el lugar del público.

En este sentido, mientras que la revista científica mantiene el modelo tradicional en cuanto a la creación y publicación de contenidos, debido a su carácter académico, los colaboradores del sitio web *Problemasdeldesarrollo* se han esforzado por generar información que sea atractiva, siempre pensando en el usuario.

Equipo de trabajo que colabora en la revista científica y en el sitio web

Revista científica

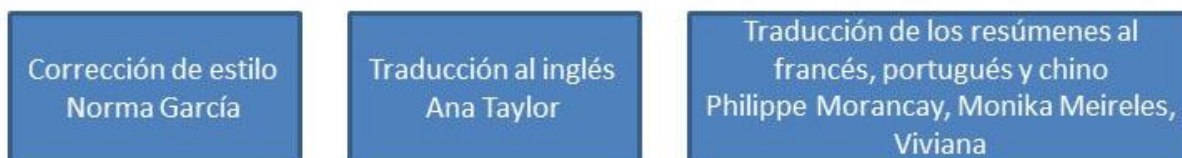
Nombre completo	Área / Función a desempeñar
Alicia Girón	Directora / Revisión y selección de artículos para publicación en la revista. Coordinación con la comisión consultiva y el consejo editorial, así como de los procesos de edición.
Minerva García	Programadora / Diagramación de la revista para su publicación, tanto de la versión impresa como de la digital. Encargada de agregar las nuevas herramientas digitales que se proponen por consenso del equipo.
Héctor González	Secretario Técnico / Elaboración del proyecto para la inclusión de artículos en los nuevos números de la revista. Envío de artículos a los árbitros o dictaminadores para determinar su calidad y pertinencia de publicación. Encargado de elaborar los formatos ePub.
José Luis Maya	Difusión / Encargado del Programa de difusión. Implementación de estrategias e incorporación de nuevas herramientas para difundir los resultados de investigación científica generados en el área de humanidades y ciencias sociales, y publicados en la revista en la modalidad de artículos. Responsable del intercambio de publicidad y administrador de la cuenta de Facebook mediante la cual se comparte los contenidos a un público más joven.
Esperanza Gil	Apoyo secretarial / Envíos de ejemplares a nuestros directorios y apoyo a todo el equipo.
Norma García	Corrección de estilo (servicios profesionales por honorarios)
Ana Taylor	Traducción al inglés (servicios profesionales por honorarios)
Sitio web <i>Problemasdeldesarrollo</i>. “El peso de la economía”	
José Luis Maya	Editor Coordinación de la agenda de contenidos y asignación de los materiales a cada una de las secciones. Responsable de que el sitio web se mantenga actualizado, así como de vigilar que se cumpla con la política editorial.
Minerva García	Web master Diseño, programación y mantenimiento del sitio web. Implementación de nuevas herramientas.

Nombre completo	Área / Función a desempeñar
Rafael Olmos	Colaborador Elaboración de notas coyunturales.
Leticia Duarte	Colaborador Elaboración de notas coyunturales.

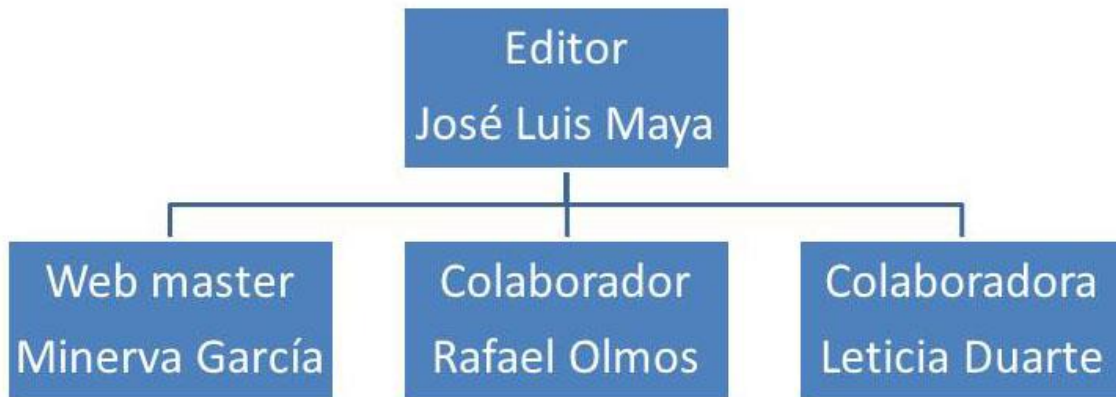
Organigrama de la Revista Científica



Apoyo externo



Organigrama *Problemas del Desarrollo*



Políticas y estrategias para la gestión del equipo de trabajo

En el caso de mi proyecto el enfoque que más se adecúa a mi organización es el de la **Búsqueda de la excelencia en las organizaciones** debido a que adopta una concepción de la filosofía de la calidad total. Imperativamente obliga a ser constante en el proceso de cambio y mejoramiento continuo. Además, considera el principio unificador del trabajo participativo: nuevos roles de liderazgo, nuevos valores, cultura de confianza (Sánchez, 1989).

Se han establecido políticas específicas para las diferentes áreas de acción, entre las que se encuentran la Guía de Estilo y el Código de Ética, así como la gestión de recursos humanos, mismas que se difunden de manera clara. Se guarda una estrecha relación con las leyes laborales, cuidando que las políticas sean de uniforme aplicación en toda la institución. Para alcanzar un alto grado de aceptación y servir de guías están orientadas a lograr el desarrollo del personal.

Para asegurarse del cumplimiento en cuanto a las políticas planteadas se lleva a cabo una evaluación constante a lo largo de todo el año. Ello permite proponer los cambios y los ajustes cuando son necesarios; hacer propuestas e innovaciones y rectificar sobre la marcha tomando en cuenta las aportaciones de los integrantes del equipo.

Se trabaja en elementos clave como: la motivación, el respeto y el entusiasmo; la conciliación de ideas, buen ambiente de trabajo, compañerismo, asumir responsabilidades, proponer cambios y ajustes necesarios; y hacer innovaciones pudiendo rectificar sobre la marcha.

A manera de reflexión

Es importante señalar que, independientemente que un medio sea chico mediano o grande y, aunque las rutinas de los reporteros cambien, debe permanecer el criterio noticioso. Entre otros, este es uno de los principios básicos que deben tener claro todos los colaboradores o quienes deseen participar en el sitio web de noticias *Problemas del desarrollo*.

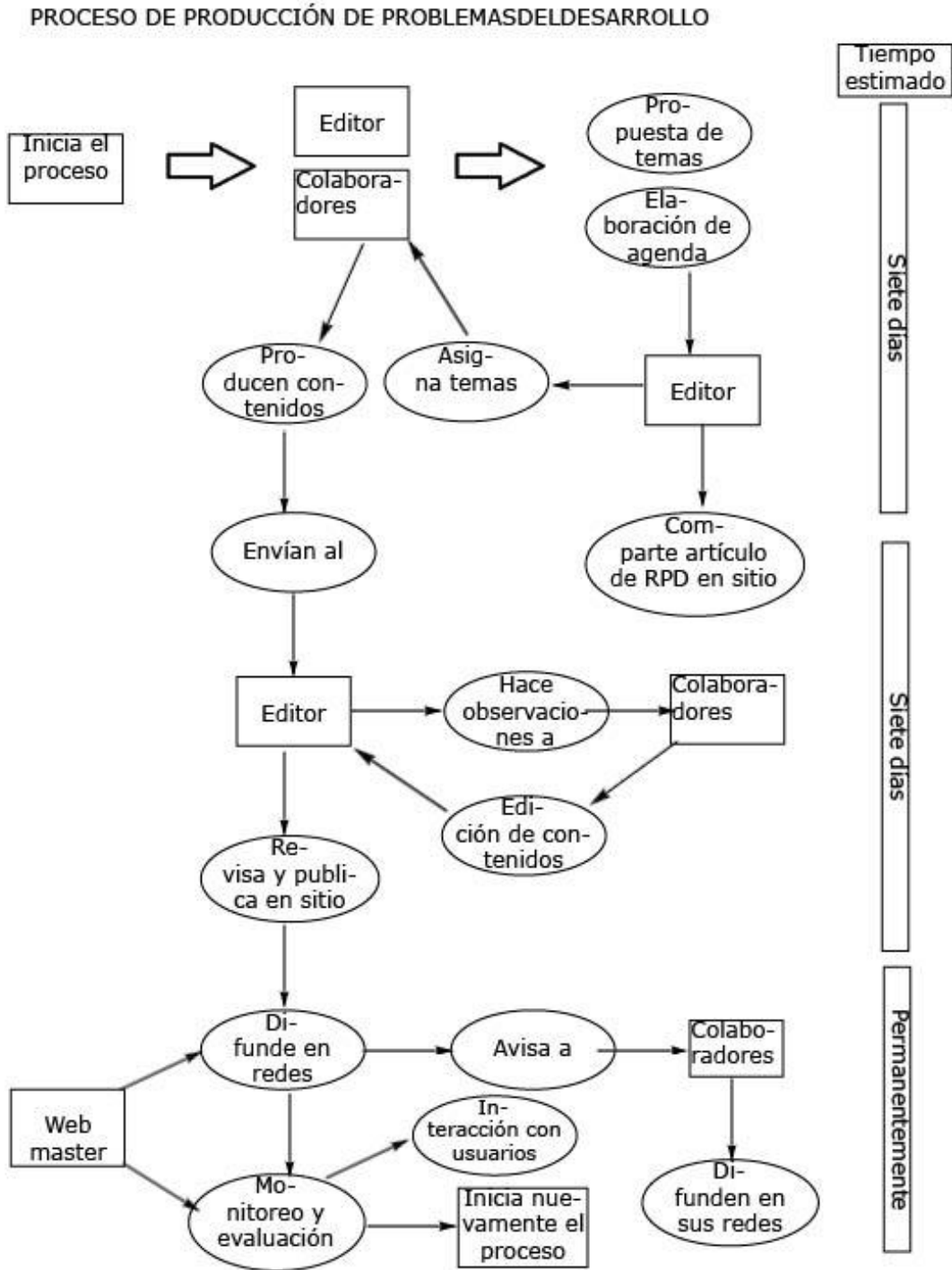
Dentro del plan de arranque se ha implementado un programa de capacitación, cuyos objetivos particulares son lograr que los integrantes del equipo se apropien de los recursos multimedia y del manual de estilo para publicar contenidos adecuados para una página web. Así como realizar los cambios necesarios para mejorar la apariencia y la información contenida en la misma.

Para lograr lo anterior se gestionan de manera permanente talleres de capacitación en multimedia (edición de audio, video e imagen), gestores de contenido web y programación para todo el equipo de colaboradores y de esta manera aprovechar mejor los recursos disponibles, tanto programas como dispositivos.

Esto último se propone tomando de referencia las entrevistas realizadas a directivos de medios en el proyecto titulado *Emprendimientos en la Red* (Tascón, 2010), donde todos los directores o subdirectores de los medios que se toman de referencia coinciden en que la transformación de las redacciones no se da de la noche a la mañana, sino mediante un proceso paulatino, comenzando por la capacitación del personal, la cual debe ser de manera constante.

Como resultado de la gestión para la realización de talleres de capacitación en multimedia (edición de audio, video e imagen), gestores de contenido web y programación para todo el equipo de colaboradores, Alicia Girón, directora de la revista científica (*Problemas del*

Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía) ha apoyado dichas actividades pues está consciente de que son muy necesarias para el desarrollo del personal, tanto interno como externo.

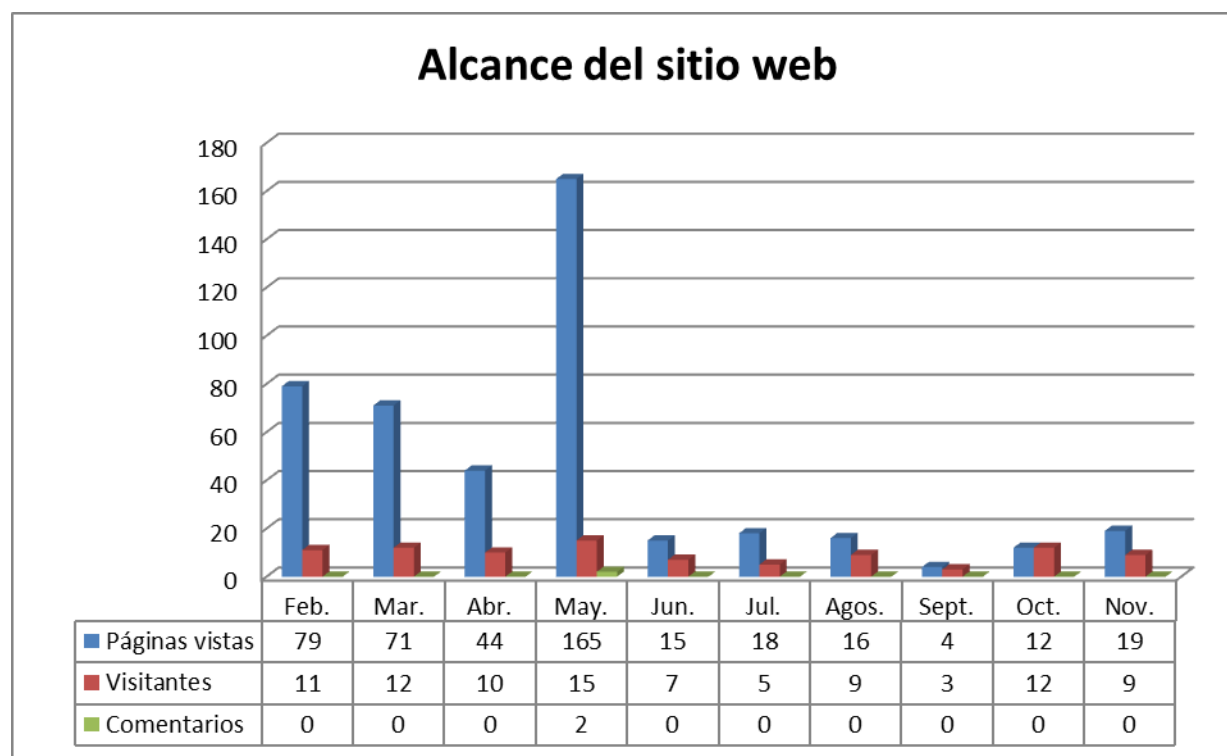


Capítulo 4. Resultados y conclusiones

4.1 Informe estadístico del impacto del sitio web.

Para conocer el impacto del sitio web *Problemasdeldesarrollo* (El peso de la economía) se recurrió a las estadísticas que proporciona el gestor de contenidos Wordpress. De acuerdo con esos datos, de febrero a noviembre de 2016, se ha tenido un total de 93 visitantes y 443 páginas vistas, así como dos comentarios (véase la gráfica 1).

Gráfica 1. Alcance del sitio web



Fuente: Elaboración propia con base en estadísticas disponibles en el sitio web Problemasdeldesarrollo (<http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/>). Información obtenida el 22 de noviembre de 2016.

Los países de origen de los visitantes son nueve: México (la gran mayoría), Estados Unidos, Colombia, España, Chile, Perú, Argentina, Ecuador y Nicaragua. El número de vistas por país se puede apreciar en la gráfica 2.

Gráfica 2. Número de visitantes por país



Fuente: Elaboración propia con base en estadísticas disponibles en el sitio web Problemasdeldesarrollo (<http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/>). Información obtenida el 22 de noviembre de 2016.

Los datos mostrados en la gráfica anterior constatan que los medios digitales pueden cruzar las fronteras que de manera física no podrían, sin embargo, se ha tenido un pobre impacto en cuanto al alcance, tanto a nivel nacional como internacional.

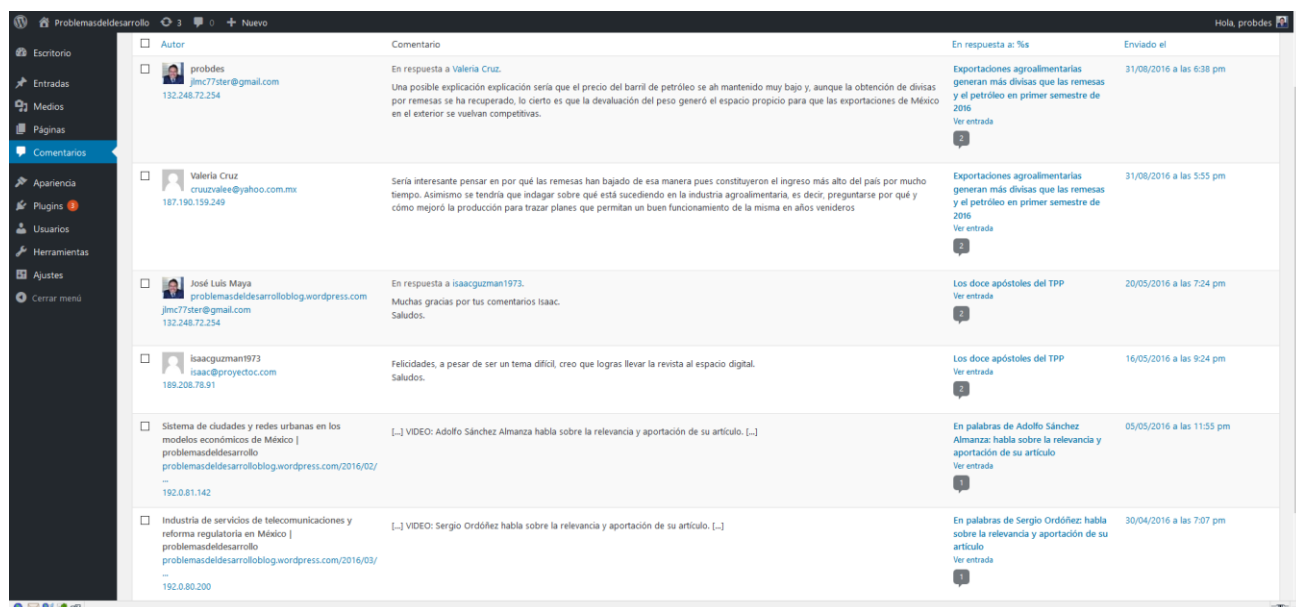
Al sacar las estadísticas por país de procedencia de los visitantes, se muestran otras cifras. Hasta noviembre de 2016, se llegó a 414 usuarios establecidos en la República Mexicana, a 11 radicados en Estados Unidos, ocho de Colombia, tres de España, tres de Chile, dos de Perú y uno para Argentina, Ecuador y Nicaragua, respectivamente.

El reducido alcance del sitio web deja entrever que la estrategia empleada hasta el momento no ha sido la más adecuada, pues a pesar que es un medio donde se pueden combinar todos los recursos multimedia no se han conseguido los resultados esperados, hace falta

posicionarlo más. Desde su creación sólo se han recibido dos comentarios, los cuales han sido positivos y han recibido su respectiva retroalimentación, lo que deja ver que hay una casi nula interactividad.

En la sección de comentarios de la página se registran seis en total, dos son de los usuarios y dos más de la retroalimentación que se hizo a sus aportaciones. Adicionalmente, hay dos comentarios registrados en los videos de Adolfo Sánchez Almanza y de Sergio Ordóñez, pero no se muestra el texto con el mensaje, únicamente señala que hay un comentario para cada uno de ellos (véase la imagen 1).

Imagen 1. Comentarios a las publicaciones del sitio web



Fuente: sitio web ProblemasdelDesarrollo (<http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/>). Información obtenida el 22 de noviembre de 2016.

Con los datos mostrados hasta el momento se puede hacer un balance general donde encontramos que el impacto del sitio web es muy reducido, pues en 10 meses sólo se ha llegado a ocho países extranjeros, donde el número más alto de visitantes lo representa Estados Unidos con 11; en ese mismo lapso de tiempo se obtuvo un total de 443 páginas vistas y seis comentarios. Considero que dichos resultados se pueden deber a varios factores, entre ellos:

- Hace falta publicar un mayor número de notas y de manera más regular. Pues al hacerlo se tiene un mayor impacto, como se muestra en el primer semestre cuando se publicó un mayor número de notas.
- El perfil del sitio es de corte económico, por lo que algunos temas tratados pueden resultar complejos para los usuarios.
- El manejo de los canales de difusión empleados para dar a conocer las publicaciones del sitio web no ha sido el más adecuado; para este fin se utilizaron las cuentas de Facebook y Twitter personales, lo cual redujo de manera importante el alcance en cuanto a usuarios.
- En la medida que el equipo editorial tiene poca experiencia en el uso de herramientas para medir el impacto generado por el sitio web, éstas no se instalaron con la oportunidad debida.

Cabe aclarar que los datos proporcionados en las gráficas 1 y 2, así como en la imagen 1, se obtuvieron directamente de Wordpress, pues al tratar de sacar cifras de manera integral (duración media de sesión, porcentaje de rebote, visitantes que retornan y nuevos visitantes) nos dimos cuenta que al cambiar el dominio del sitio web a .ORG también se tenía que instalar el plugin que permitiera recoger toda esa información mediante un enlace a la plataforma de Google Analytics. Ya se instaló el plugin y se creó una cuenta en la mencionada plataforma, pero ésta comienza el registro a partir de su habilitación por lo que hasta el momento no se cuenta con estadísticas representativas de la actividad en el sitio web medidas a través de Google Analytics.

Tanto para los sitios web como para otros proyectos es muy importante hacer evaluaciones para conocer la percepción que tienen los usuarios respecto a los productos o servicios que ofrecemos.

En el curso sobre **Manejo de la difusión** que cursé de 15 de agosto al 9 de octubre de 2016, con el objetivo de conocer la percepción que tienen los usuarios sobre los contenidos publicados en el sitio web y compartidos en los canales de difusión, Facebook y Twitter, se diseñó una encuesta en la cual se formularon cinco preguntas (véase anexo 1).

La metodología utilizada fue, en primer lugar, agregar a la agenda de contenidos cinco notas atemporales que se adaptaron para su publicación en el sitio web, Facebook y Twitter. Se delimitó un tiempo de ocho días, del 31 de agosto al 7 de septiembre de 2016, para llevar a cabo un monitoreo de las notas publicadas en las tres plataformas y tratar de medir su impacto, así como la percepción de los usuarios.

Se tomó como herramienta de referencia a la Netnografía, la cual se basa en el análisis de las percepciones, los comportamientos sociales y las interacciones que muestran los internautas en un periodo de tiempo. Por lo tanto, se trabajó con una muestra participativa de usuarios.

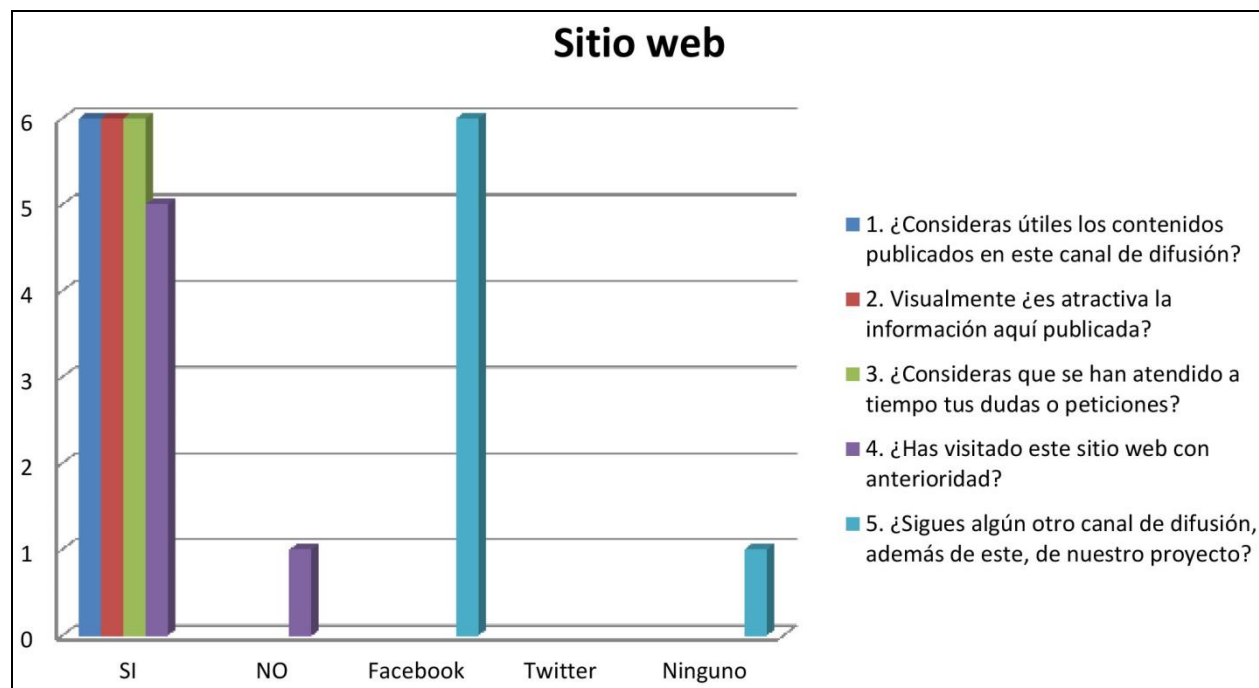
Una herramienta de apoyo para verificar que los temas elegidos se encontraran entre los más mencionados del momento fue *Social Mention*. Los temas que se utilizaron por considerar que cumplían con el papel de relevancia y atemporalidad fueron: “Exportaciones agroalimentarias generan más divisas que las remesas y el petróleo en primer semestre de 2016”; “Oaxaca en la mira de los inversionistas del sector eólico”; “Mujeres y la economía”; “México: tres posibles escenarios del tipo de cambio peso-dólar”; “Las personas de origen mexicano que viven en Estados Unidos generan el 8% del PIB de ese país: Eduardo Roldán”.

Las herramientas utilizadas para realizar la encuesta de evaluación se eligieron de acuerdo a su facilidad de uso y compatibilidad con el sitio web (Polldaddy.com), así como con Facebook (Encuestas para páginas) y Twitter (herramienta propia de esta red social).

A los usuarios que contestaron la encuesta se les invitó a participar de manera abierta, principalmente mediante el uso de las cuentas personales de redes sociales. Facebook: José Luis Maya Cruz / Twitter: @jlmaya1

Aunque es una muestra reducida de usuarios, se puede constatar que la percepción que se tiene sobre los contenidos que se publican en las diferentes secciones del sitio web <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/> es buena. Se contó con la participación de siete usuarios (uno sólo contestó la pregunta 5) y los resultados que se obtuvieron fueron positivos, tal como se ilustra en la gráfica 3.

Gráfica 3. Percepción de los usuarios encuestados sobre el sitio web



Fuente: elaboración propia con base en datos de la encuesta disponible en el sitio web <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/>. Información consultada el 29 de septiembre de 2016.

Las respuestas a las cinco preguntas planteadas fueron las siguientes:

- 1. ¿Consideras útiles los contenidos publicados en este canal de difusión?: seis contestaron que les son de utilidad los contenidos publicados en el sitio web.
- 2. Visualmente ¿es atractiva la información aquí publicada?: los mismos seis perciben como atractiva la información que se publica en la página web.
- 3. ¿Consideras que se han atendido a tiempo tus dudas o peticiones?: también seis respondieron que sus dudas o peticiones se han atendido con oportunidad.
- 4. ¿Has visitado este sitio web con anterioridad?: cinco declararon haber visitado la página con anterioridad y sólo uno no lo había hecho.
- 5. ¿Sigues algún otro canal de difusión, además de éste, de nuestro proyecto?: seis son seguidores de la cuenta de Facebook y uno declaró no seguir a ninguno.

Uno de ellos sólo contestó la pregunta cinco, pero de los seis que contestaron el cuestionario completamente todos consideran de utilidad los contenidos que se publican. Opinan que son visualmente atractivos y que se han atendido a tiempo sus dudas y peticiones. Cinco ya habían visitado el sitio web y uno no lo había hecho. Seis de los siete son seguidores de Facebook y uno mencionó que ninguno de los dos anteriores.

A continuación, presento una descripción de los contenidos que se han publicado hasta el 12 de diciembre de 2016 en cada una de las diferentes secciones del sitio web *Problemasdeldesarrollo*.

Sección Principal (artículos de la revista científica compartidos en el sitio web)

1	Políticas públicas en nanotecnología en América Latina
2	Lecciones de la crisis del euro para la cooperación financiera regional
3	Chiapas: estado que registra elevados índices de pobreza y marginación
4	Retos de América Latina: Agenda para el Desarrollo Sostenible y Negociaciones del siglo XXI
5	Objetivos del Desarrollo Sostenible y la Agenda 2030: frente a las políticas públicas y los cambios de gobierno en América Latina
6	Industria eléctrica en México: tensión entre el Estado y el mercado
7	Multiplicadores y coordinación fiscal y monetaria en Argentina, Brasil, Chile y México para el desarrollo
8	China y América Latina frente a la recesión y deflación
9	Migración interna mexicana
10	Industria de servicios de telecomunicaciones y reforma regulatoria en México
11	Sistema de ciudades y redes urbanas en los modelos económicos de México

La sección principal proporciona un valor agregado al sitio web, ya que comparte las principales aportaciones y conclusiones de artículos de investigación científica-social, escritos por especialistas del área de las ciencias sociales y humanidades. Al ser especializados, su impacto es muy reducido, razón por la cual se implementó la estrategia de hacer una entrevista corta a los autores para que compartan en menos de cinco minutos la aportación y relevancia de

su tema, sin embargo, debido a su saturada agenda de trabajo y que la mayoría residen en el extranjero, sólo se han podido concretar cuatro entrevistas hasta el momento.

El canal de difusión que se utilizó para difundir las entrevistas fue YouTube. Los videos fueron editados y subidos al canal de YouTube **J. Luis Maya** donde han sido reproducidos 53 veces en total.

Cabe mencionar que la revista científica cuenta con una página de Facebook específica para compartir los artículos que se publican en cada uno de sus números (Revista Problemas del Desarrollo IIEc-UNAM), la cual cuenta con 1 612 fans.

Contenidos publicados en la sección Género y finanzas

1	Mujeres y la economía
2	Yuriko Koike: primera gobernadora en la historia de Tokio
3	Trabajo doméstico de las mujeres en México representa cerca del 20.5% del PIB
4	Las mujeres controlan cerca del 65% de las decisiones de compra totales en bienes y servicios a nivel global
5	Womenomics: el próximo boom económico
6	Los microcréditos no empoderan a las mujeres pobres

Contenidos publicados en la sección Global

1	Expansión del PIB de India de 7.6% en 2016 y 2017
2	Las personas de origen mexicano que viven en Estados Unidos generan el 8% del PIB de ese país: Eduardo Roldán
3	Los doce apóstoles del TPP
4	Bangladesh tiene el sueldo mínimo más bajo del mundo: 29 euros al mes
5	India: reflexionan sobre su importancia en la UNAM

Contenidos publicados en la sección Energía y medio ambiente

1	Oaxaca en la mira de los inversionistas del sector eólico
2	Infraestructura y desarrollo regional: la integración del territorio sin sus pobladores
3	Huemac: La experiencia de echarse un chapuzón en aguas termales
4	Megaproyectos y parques eólicos en el Sur-Sureste mexicano
5	Fracking y consecuencias de su aplicación en México

Contenidos publicados en la sección En palabras de los autores

1	Tipo de cambio y debilidad de la economía mexicana
2	En palabras de Adolfo Sánchez
3	En palabras de Sergio Ordóñez
4	En palabras de Uberto Salgado
5	Efectos sociales de los proyectos energéticos en algunas comunidades de México

Contenidos publicados en la sección Coyuntura

1	México: tres posibles escenarios del tipo de cambio peso-dólar
2	Exportaciones agroalimentarias generan más divisas que las remesas y el petróleo en primer semestre de 2016
3	Aumenta el precio de la gasolina en México por segundo mes consecutivo
4	Cae 0.3% el PIB de México durante el segundo trimestre del año
5	Dólar llega a 19.17 pesos en bancos de la Ciudad de México
6	La desigualdad, un problema irresuelto en México
7	Los bolsillos de los mexicanos padecen ya el poder del dólar
8	¿Pasará China a ser el freno de la economía mundial?
9	El salario del mexicano promedio aumentó 25.47 pesos en 10 años
10	Mexicanos cada vez consumen menos tortilla por crisis

Reporte de impacto en redes sociales

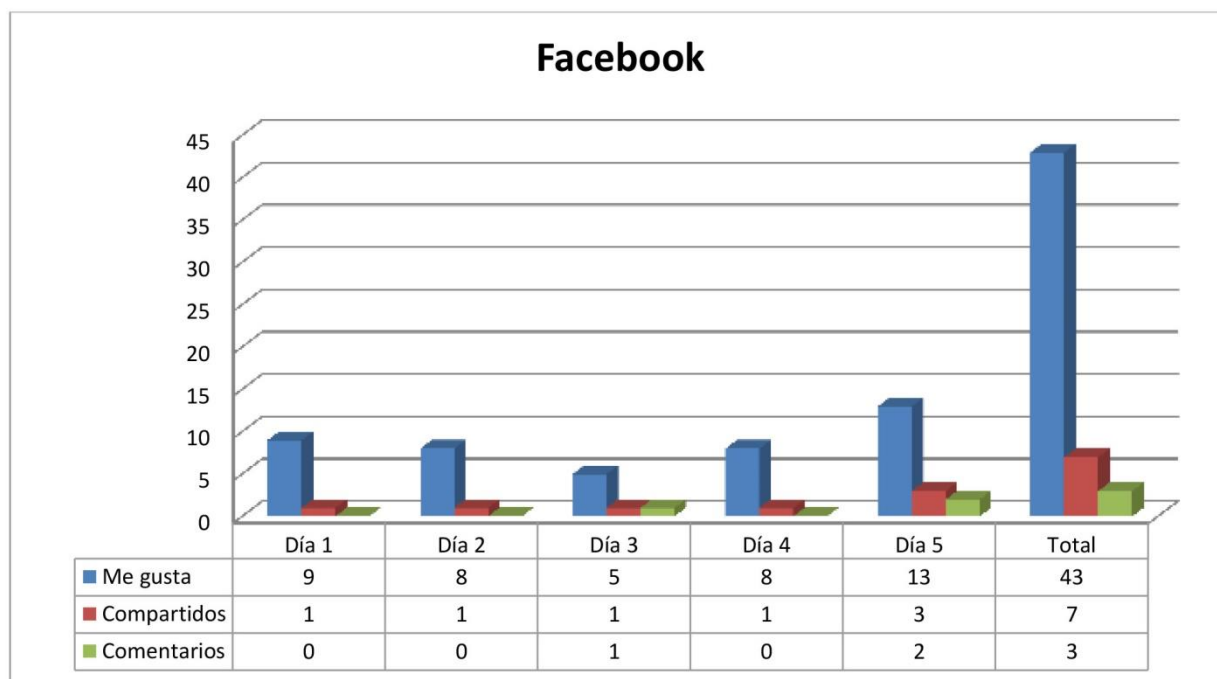
Facebook

En cuanto al funcionamiento y alcance de las redes sociales donde se difundieron los contenidos de la página, destaca Facebook en la que, durante el periodo de evaluación de ocho días, se obtuvieron 43 me gusta, siete compartir y tres comentarios.

En términos cuantitativos los resultados obtenidos fueron muy reducidos, lo cual se debe a que los materiales producidos se difundieron a través de una cuenta de Facebook con un perfil personal, sin embargo, los comentarios recibidos los realizaron especialistas en el tema lo que, sin duda, refleja la relevancia e interés de los temas abordados.

En la gráfica 4 se muestran los resultados obtenidos por cada uno de los días de la evaluación, la cual se llevó a cabo entre el 31 de agosto y el 7 de septiembre de 2016.

Gráfica 4. Resultados de la evaluación del alcance e impacto de las publicaciones en Facebook

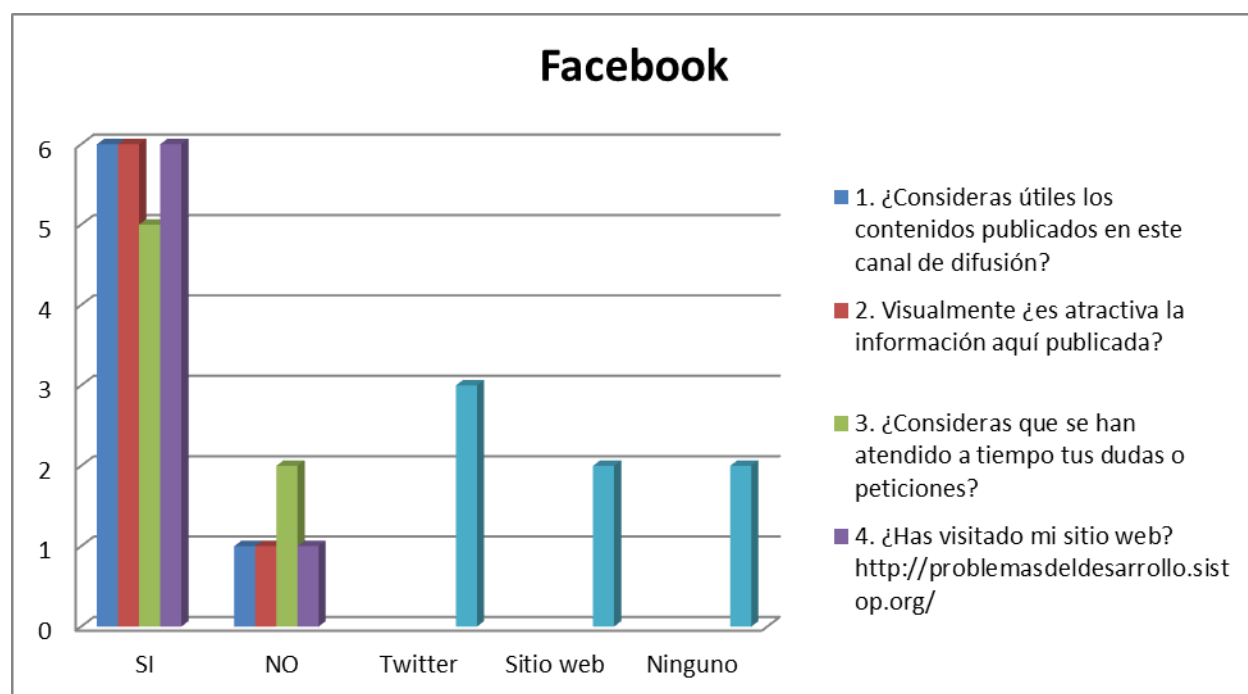


Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada en la cuenta de Facebook José Luis Maya Cruz, disponible en <http://bit.ly/2l6OHVF>. Información obtenida el 21 de septiembre de 2016.

De acuerdo con los datos obtenidos, en los cinco días de monitoreo se alcanzó un total de 43 me gusta, las publicaciones se compartieron siete veces y se recibieron tres comentarios. La tendencia de los usuarios es dar me gusta a las publicaciones, pero casi no comparten o comentan. Ello se puede deber a que les llama la atención el tema de la publicación, pero no lo suficiente para dedicarle tiempo y comentarlo.

Respecto a la percepción de los usuarios en cuanto los contenidos publicados en canal de Facebook, en la gráfica 5 se incluyen las respuestas proporcionadas por quienes participaron en la encuesta.

Gráfica 5. Percepción de los usuarios sobre las publicaciones en Facebook



Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada en la cuenta de Facebook José Luis Maya Cruz, disponible en <http://bit.ly/2l6OHVF>. Información obtenida el 21 de septiembre de 2016.

La encuesta realizada a través de Facebook para conocer la percepción de los usuarios sobre los contenidos que se publican en dicha red social y sobre si conocen los otros medios de difusión del proyecto, es la que mejor participación obtuvo. Nueve personas respondieron las

preguntas planteadas en la encuesta, de las cuales dos fueron bloqueadas por el sistema (por una cuestión de aparente incompatibilidad). Seis de los siete usuarios que contestaron las cinco preguntas del cuestionario, respondieron de la siguiente manera a las preguntas 1, 2 y 4, respectivamente:

- Consideran útiles los contenidos publicados en este canal de difusión
- Perciben visualmente atractiva la información
- Han visitado el sitio web

Continuando con los resultados de la gráfica 5, respecto a la pregunta 3, cinco opinan que se han atendido a tiempo sus dudas o peticiones, mientras que dos de los siete respondieron que no. En cuanto a la pregunta 5, ¿sigues algún otro canal de difusión, además de este, de nuestro proyecto? tres mencionaron ser seguidores en Twitter, dos en el sitio web y dos en ninguno de los anteriores.

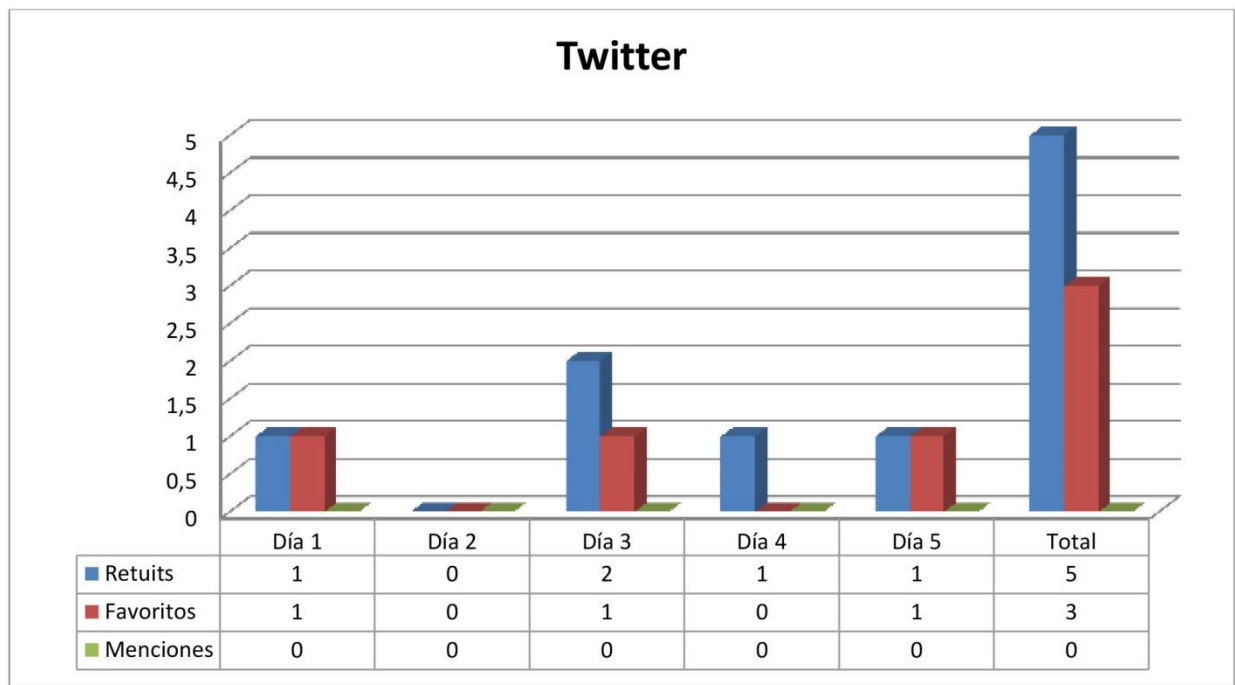
El total de usuarios que visualizaron la encuesta fueron 20, de los cuales participaron nueve, de éstos últimos 67% lo hizo por computadora y 33% por dispositivos móviles; en cuanto al género fueron 54% mujeres y 38% hombres.

Al hacer el balance de los resultados, se determinó que para lograr un mayor impacto era necesario crear una página de Facebook asociada de manera explícita al sitio web. De esta manera a partir del 31 de octubre de 2016 se creó la página de Facebook <https://www.facebook.com/Problemasdeldesarrollo/> misma que, hasta el 30 de noviembre del mismo año, ha logrado ganar 14 fans, alcanzando a 23 personas, 8 visitas a la página y 71 interacciones. Por el momento el impacto es pobre, pero en la medida que se vayan compartiendo más publicaciones se espera alcanzar en el primer semestre de 2017 100 me gusta. Eslo se puede lograr con la publicación constante de notas e invitando a los amigos que ya se tenían en la cuenta personal de Facebook.

Twitter

Durante el periodo de evaluación de ocho días, el cual se realizó entre el 31 de agosto y el 7 de septiembre de 2016, esta red social (@jlmaya1) sólo obtuvo cinco retuits y tres favoritos (véase gráfica 6). Debido que hasta el momento no se ha podido conseguir el apoyo de un Community Manager que se haga cargo de las cuentas de redes sociales se tuvo que utilizar la cuenta del perfil personal para realizar la evaluación.

Gráfica 6. Alcance de las publicaciones en Twitter

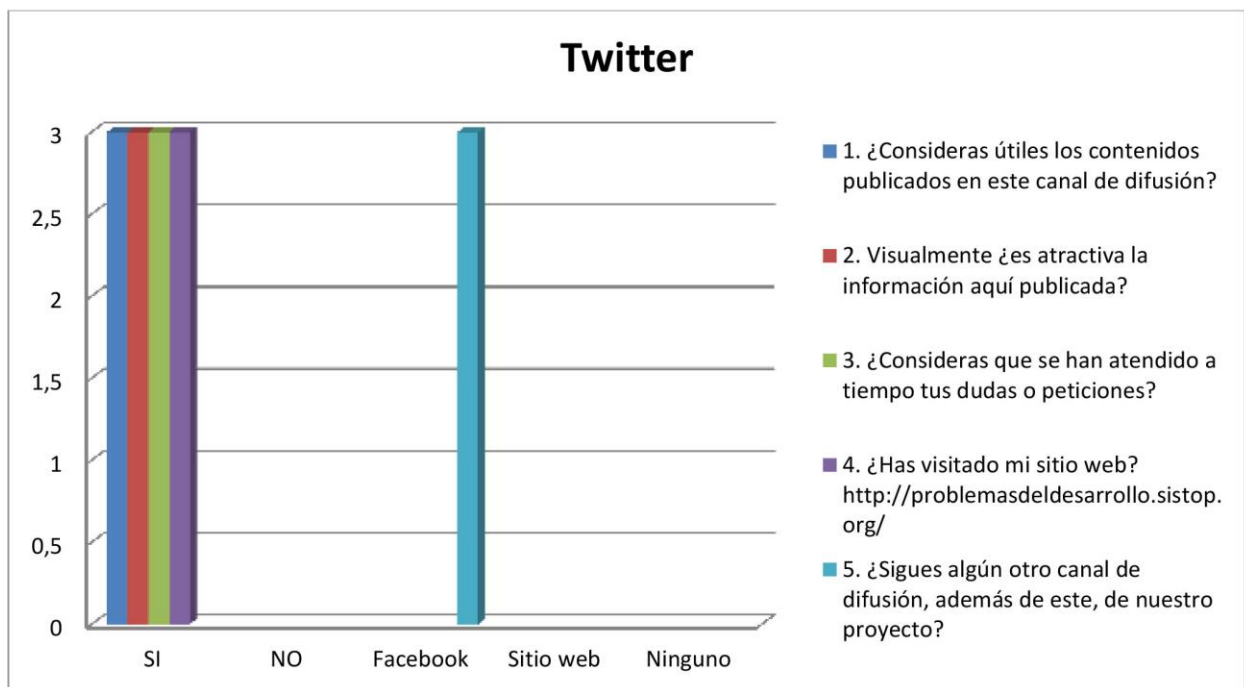


Fuente: elaboración propia con base en los resultados del monitoreo realizado a la cuenta de Twitter @jlmaya1, entre el 31 de agosto y 7 de septiembre de 2016.

En cuanto a la percepción que tienen los usuarios de lo que se publicó en Twitter, se pudo percibir que es buena. La participación que se tuvo en Twitter fue muy reducida, pero quienes contestaron lo hicieron de manera positiva en las primeras cuatro preguntas. En cuanto a la quinta pregunta, los tres participantes señalaron ser seguidores de Facebook, pero ninguno del sitio web (véase gráfica 7). A continuación, presento las respuestas a cada una de las preguntas:

- 1 ¿Consideras útiles los contenidos publicados en este canal de difusión?: tres contestaron que les son de utilidad los contenidos publicados en Twitter.
- 2. Visualmente ¿es atractiva la información aquí publicada?: tres perciben como atractiva la información que se publica en Twitter.
- 3. ¿Consideras que se han atendido a tiempo tus dudas o peticiones?: tres respondieron que sus dudas o peticiones se han atendido con oportunidad.
- 4. ¿Has visitado mi sitio web? <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/>: tres declararon haber visitado el sitio web.
- 5. ¿Sigues algún otro canal de difusión, además de éste, de nuestro proyecto?: los tres son seguidores de la cuenta de Facebook.

Gráfica 7. Percepción de los usuarios sobre las publicaciones en Twitter



Fuente: elaboración propia con base en los resultados de la encuesta aplicada en la cuenta de Twitter @jlmaya1. Información obtenida el 21 de septiembre de 2016.

Al analizar las respuestas obtenidas de la encuesta se puede decir que los puntos fuertes de los contenidos publicados es que la mayoría de los usuarios los consideran útiles, les parecen visualmente atractivos y señalan que se han atendido a tiempo sus dudas y peticiones, pero no se

puede ignorar el casi nulo impacto de este canal de difusión, sólo tres usuarios participaron en la encuesta.

Con base en estos resultados me pude dar cuenta que tomé una decisión equivocada al utilizar la cuenta personal de Twitter como canal para difundir los contenidos que se publican en el sitio web, ya que no cuento con un perfil profesional que sea una referencia para los usuarios, tal como si ocurre cuando uno está posicionado como un líder de opinión. La estrategia utilizada hasta el momento no ha funcionado, por lo que es uno de los puntos débiles que se debe reforzar para posicionar el proyecto informativo. Es evidente que la estrategia de posicionamiento a través de un perfil personal de redes sociales no es el más adecuado para cumplir el objetivo de alcanzar un mayor número de usuarios.

Ante esta situación resultó imperativo crear una cuenta de Twitter vinculada directamente al proyecto, misma que se habilitó durante la primera quincena de enero de 2017, la cual tiene el nombre @PesoDlaeconomia. Como ya lo había precisado al principio de este apartado, la cuenta oficial no se había creado debido a que no he podido conseguir hasta el momento la incorporación de un Community Manager que se haga cargo de las cuentas de redes sociales. Personalmente me he encargado de hacer las gestiones para conseguir ese apoyo, pero ha sido imposible conseguir los recursos económicos para contratar a una persona que cuente con ese perfil.

4.2 Informe del plan de financiamiento.

Como ya se ha mencionado en el capítulo tres de este documento, no se aplica un modelo de negocio en particular, ya que el sitio web de noticias *Problemasdeldesarrollo* es gratuito, pues los contenidos publicados, tanto los creados como los que se comparten, no exigen algún pago para acceder a ellos.

Dentro de las secciones de la página de *Problemasdeldesarrollo* se propuso un espacio para colocar la publicidad de quien desee anunciarse. Considerando su diseño, la publicidad se incluiría en la parte lateral derecha, consistente en un banner lateral fijo cuyo costo sería de mil

pesos mensuales para empresas y público en general, mientras que para las instituciones públicas sería de 500 pesos mensuales.

Características del banner

Tamaño en pixeles	300 x 300 px (equivalente a 2.54 x 2.54 centímetros)
Formato	JPG (formato de imagen con mayor compatibilidad)
Peso	Menores a 70 KB (peso recomendado para web)
Resolución	300 DPI (calidad adecuada de la imagen)
Compresión	Menor a 60, recomendable 50 (ajuste al convertir el archivo)

También se consideró incluir publicidad en la página de Facebook: 500 pesos mensuales por cinco menciones.

En cuanto los resultados del plan de financiamiento propuesto, hasta el momento no se ha implementado, esto debido a que por falta de recursos económicos no se ha podido contratar una persona que se haga cargo de gestionar la inclusión de publicidad en el sitio web. Actualmente los esfuerzos se han enfocado a la producción de contenidos para su publicación. Otra cuestión que no ha permitido generar publicidad para la página de *Problemasdeldesarrollo* es que se encuentra en proceso de consolidación y su impacto es muy reducido entre los usuarios, por lo que resulta poco atractiva para las empresas.

Por lo anterior no se ha logrado ser autosuficiente en materia de la obtención de recursos financieros, no obstante, es de resaltar el apoyo constante obtenido por la directora de la revista científica *Problemas del Desarrollo*. En este sentido, el proyecto del sitio web de noticias *Problemasdeldesarrollo* se ha visto beneficiado con la infraestructura y equipo técnico financiados con recursos públicos asignados por la UNAM, a través del Instituto de Investigaciones Económicas.

Como ya se había mencionado, no se requiere financiamiento para la creación de contenidos ya que ello se realiza mediante colaboraciones en la modalidad de voluntariado.

En la medida que el sitio no ha producido recursos financieros propios y la UNAM se encuentra en periodos de austeridad presupuestal, no se ha podido contratar un reportero ni un

community manager que se encarguen de generar los contenidos de temas coyunturales y realizar el monitoreo para proponer mejoras al sitio web, respectivamente.

Sigue vigente la opción de proporcionar asesorías a quienes quieran incursionar en el ambiente web, pero hasta el momento no se ha implementado debido a que nos encontramos en un periodo de aprendizaje y consolidación en cuanto al uso de herramientas multimedia.

Recursos con los que opera el sitio web

- Sitio web: al crearse con el gestor de contenidos Wordpress, la creación del sitio no demandó la asignación de recursos económicos para su creación. Se trabajó con la versión gratuita.
- Dominio y hospedaje: tanto el dominio ORG como el hospedaje fueron proporcionados por Gunnar Wolf, administrador de servidores del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM, sin costo alguno.
- Recursos de internet: se trabaja con la red inalámbrica de la UNAM, la cual no tiene costo para el personal adscrito a dicha institución.
- Recursos técnicos: se cuenta con dos computadoras de escritorio (PC), una MacBook, un iPad y los dispositivos personales de los colaboradores.
- Paquetería especializada: para la edición de videos se utiliza el programa Movie Maker, mismo que se encuentra disponible en los equipos de todos los colaboradores. Recientemente, Julio Pérez, administrador del sitio web del Instituto de Investigaciones Filológicas de la UNAM, nos proporcionó la Suite de Adobe CS6 que contiene el programa para edición de video Premiere Pro.

- **Capacitación:** respecto a este apartado, Minerva García se ha encargado de impartir talleres cortos a los colaboradores en cuanto a la edición de video con Movie Maker. Cabe resaltar que ella misma impartió en 2015 un taller básico para el equipo de la revista científica y el personal del Instituto de Investigaciones Económicas sobre Construcción de páginas web con HTML y Dreamweaver, con una duración de 30 horas. Otro apoyo en cuanto a capacitación, sin costo, es la proporcionada por el Seminario Permanente de Editores, el cual impartió el taller de diseño de sitios web de revistas con el gestor de contenidos Joomla, con una duración de ocho horas: del equipo asistieron Minerva García y José Luis Maya. Cabe reiterar que esta capacitación no representa costo alguno para los colaboradores del proyecto *Problemasdeldesarrollo*.
- **Recursos humanos:** de los colaboradores en el proyecto, sólo Minerva García y José Luis Maya se encuentran físicamente en las oficinas de la revista científica, el resto de los colaboradores trabajan desde sus áreas laborales o domicilio, en la modalidad de voluntariado.
- **Oficinas:** no es necesario pagar una renta en la medida que se cuenta con el respaldo de la directora de la revista científica. Las nuevas tecnologías hacen posible la colaboración remota entre los integrantes del equipo, por lo que no es indispensable contar con un espacio físico definido.

4.3 Plan de mejora del medio.

Con base en los apartados **Implementación de mejoras y actualización del sitio web** y **Mejoramiento y monitoreo de redes sociales**, abordados en el capítulo tres, entre los objetivos particulares del plan de mejora se encuentra el lograr que los integrantes del equipo se apropien del manual de estilo para publicar contenidos adecuados para *Problemasdeldesarrollo*. “*El peso de la economía*” (<http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/>). Ello hace posible generar contenidos atractivos, adecuados para un portal de noticias de internet.

Otra parte fundamental para lograr la mejora del medio es generar más contenidos, pues se había planteado compartir varias notas de manera semanal, pero debido a que no se han sumado más colaboradores al proyecto esto no se ha logrado. De ahí la importancia de contratar a un reportero y a un community manager, acción que se está considerando concretar para el primer semestre de 2017. Por el momento se ha invitado a estudiantes de las carreras de Economía y de Ciencias de la Comunicación a colaborar, pero no se ha tenido éxito. Carlos Gachuz de la carrera de Economía y Angélica Patiño de Ciencias de la Comunicación se comprometieron a incorporarse al proyecto una vez que concluya segundo semestre de 2016 en la UNAM.

En cuanto a redes sociales, el objetivo principal es dinamizar la interacción con los usuarios para difundir información sobre distintos temas, tanto de los artículos publicados en la revista científica como de los contenidos generados por el equipo editorial del sitio web *Problemasdeldesarrollo*. Dicho objetivo se logrará en la medida que se generen más contenidos y se difundan de manera regular por medio las cuentas oficiales creadas para el proyecto: Facebook [Problemasdeldesarrollo](#), Twitter @PesoDlaEconomia, reforzadas con el canal de YouTube [J. Luis Maya](#).

Algunas estrategias para el sitio web y redes sociales

Fortalecimiento de la agenda de contenidos / José Luis Maya	Se seguirá trabajando para reforzar el plan de trabajo y optimizar los tiempos de entrega de las notas y su publicación en cada una de las secciones del sitio web	Diciembre de 2016 y enero de 2017
Adaptación de los artículos de la revista científica	Con el fin de darles un formato adecuado que sea atractivo para un medio <i>online</i> .	Diciembre de 2016 y enero de 2017
Entrevistas con especialistas / José Luis Maya	Concertar y concretar más entrevistas con los autores que publican en la revista científica	Enero de 2017

	para aportar más recursos multimedia al sitio web	
Creación de cuentas de redes sociales propias del proyecto para tener un mayor impacto Facebook ProblemasdelDesarrollo , Twitter @PesoDlaEconomia / José Luis Maya, Carlos Gachuz y Angélica Patiño	El posicionamiento del sitio web a través del uso de redes sociales se estaba realizando mediante las cuentas personales de Facebook y Twitter, obteniendo como resultado un bajo impacto entre los usuarios. Ante esta situación el 31 de octubre de 2016 se creó una página de Facebook propia del proyecto y en enero de 2017 se creó la de Twitter. Con estas medidas se espera que en el mediano plazo se amplíe el alcance que tiene hasta el momento el sitio web, siempre basándose en la “guía de buenas prácticas para el uso y gestión de redes sociales” compartido en el capítulo tres	Diciembre de 2016 y enero de 2017
Generar y subir más videos al canal de YouTube / José Luis Maya y Carlos Gachuz y Angélica Patiño	Continuar nutriendo el canal YouTube J. Luis Maya y lograr superar las 78 vistas que tiene hasta el momento el video más popular.	Enero de 2017
Agregar logotipo al sitio web / José Luis Maya	Se ha creado un logotipo para “ProblemasdelDesarrollo. El peso de la economía”, mismo que se contribuirá a darle una	Se intentó agregar en diciembre de 2016, pero no fue posible debido a la plantilla que utilizó

	mayor identidad al proyecto.	no lo permite, no obstante, sí se logró poner al lado de la dirección electrónica para darle identidad al sitio web.
Instalación de plugins / José Luis Maya y Minerva García	Otra estrategia para hacer más atractivo el sitio web es la instalación de plugins, mismos que ampliarán las funciones y capacidades haciendo al sitio mucho más versátil, adaptable y fácil de administrar.	Diciembre de 2016 y enero de 2017
Instalación de plugin para ligar el sitio web a Google Analytics / Minerva García	Con el fin de contar con estadísticas que permitan evaluar el desempeño del sitio web y conocer las características y comportamiento de los usuarios que lo visitan	Instalado en diciembre de 2016
Instalación de programa de edición de video y capacitación del equipo editorial para su operación / Minerva García	Instalar la suite de Adobe CS6 en todos los equipos de colaboradores y capacitarlos para que utilicen el programa de edición de video Premiere Pro, mismo que ofrece más recursos que el de Movie Maker que se utiliza actualmente	Noviembre y diciembre de 2016
Gestiones para contratación de personal	En el largo plazo se espera conseguir los recursos para	Segundo semestre de 2017

	contratar un diseñador web, lo que permitirá mejorar de manera progresiva la apariencia del sitio y lograr una mejor distribución de los espacios y contenidos. Lo ideal es conseguir también los servicios de un reportero para que se encargue de elaborar contenidos de manera constante	
Empleo de redes sociales de forma diferenciada	<p>Facebook: para dar información de marca, de imagen corporativa, de patrocinios, subir fotos, infografías y realizar concursos.</p> <p>Twitter: como canal de información, para resolver preguntas y compartir las últimas noticias.</p> <p>You Tube: para compartir videos de las entrevistas realizadas a los especialistas.</p>	Noviembre y diciembre de 2016 (actividad constante)

Fundamentos legales del sitio web *Problemasdel desarrollo*

El uso de Internet y su masificación a partir de mediados de los noventa, permitió a los medios crear portales informativos en formato electrónico, lo que a la vez facilitó el flujo de información y mejoró la interactividad de los contenidos, haciendo posible un mayor alcance y difusión.

Es cierto que el periodismo digital busca la rentabilidad y autosustentabilidad económica, sin embargo, no se debe dejar de lado la cuestión ética y su relación con el medio. Independientemente del formato o plataforma que se utilice, se deben considerar siempre los puntos relativos a la responsabilidad social del periodista, la veracidad informativa o el respeto a las fuentes. Ante este contexto, se debe prestar mucha atención a las diversas cuestiones éticas como la privacidad, el manejo de los datos de los usuarios o el establecimiento de limitaciones con respecto al usos de la información, lo cual se debe ver reflejado en los códigos de ética publicados en los portales (Ramírez-Plascencia, 2015).

Justificación del trabajo legal

En cuanto a la fundamentación legal, en el sitio *Problemasdeldesarrollo* se toma como referencia principal la Declaración Universal de los Derechos Humanos (UDHR), ley internacional que permite conocer la forma en que se interpretan las demás leyes, la cual establece en su Artículo 19 que “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”. En dicha ley se enmarca la libertad de los medios.

En el ámbito nacional se toma de referencia el Artículo 1 de la Ley para la Protección de Personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas, el cual “tiene por objeto establecer la cooperación entre la Federación y las Entidades Federativas para implementar y operar las Medidas de Prevención, Medidas Preventivas y Medidas Urgentes de Protección que garanticen la vida, integridad, libertad y seguridad de las personas que se encuentren en situación de riesgo como consecuencia de la defensa o promoción de los derechos humanos, y del ejercicio de la libertad de expresión y el periodismo”. En el Artículo 2, párrafo 13, entiende a los periodistas como “Las personas físicas, así como medios de comunicación y difusión públicos, comunitarios, privados, independientes, universitarios, experimentales o de cualquier otra índole cuyo trabajo consiste en recabar, generar, procesar, editar, comentar, opinar, difundir, publicar o proveer información, a través de cualquier medio de difusión y comunicación que puede ser impreso, radioeléctrico, digital o imagen.”

Directivas legales para empleados y colaboradores

Los editores y colaboradores del sitio web *Problemasdeldesarrollo*. “El peso de la economía” tienen que apegarse al Código de ética, el cual ha sido incluido en el apartado “Descripción general del proyecto”.

Además de establecer un decálogo deontológico, dicho Código constituye una guía de criterios que deben tomar en cuenta los colaboradores del sitio web al momento de informar, tales como:

- **La verdad:** que el reportero trabaje para hacer conocer la verdad es reconocido como un principio universal, válido en cualquier parte del mundo. Sin embargo, al realizar nuestra labor diaria debemos tener presente que no hay verdades absolutas por lo que se deben tomar en cuenta ciertas consideraciones a la hora de publicar, dimensionar el efecto o daño que se pueda causar al difundir dicha verdad.
- **Honestidad:** trabajar con dedicación honesta significa no recurrir a engaños. A los periodistas les toca leer con lupa la información de interés común y decirle a la gente cómo le afectará tal o cual acción, ya sea del gobierno, del sector empresarial u otros. También evita incurrir en conflictos de interés o recibir regalos y compensaciones. Ayuda a no realizar acciones de plagio.
- **Contexto de los hechos:** siempre se debe privilegiar el contexto e incluir el punto de vista de todos los involucrados para no dar lugar a interpretaciones equivocadas. Esto se logra acudiendo al lugar de los hechos y mediante la consulta de varias fuentes. El papel del periodista es entender el fenómeno, conocer sus antecedentes, preguntarse sobre sus consecuencias y hablar sobre ello a los lectores.

- **Mediador:** proporcionar información de calidad a las personas para que puedan tomar la mejor decisión sobre un tema de interés común. Su papel es activar la capacidad de las personas para analizar, criticar y proponer.
- **Responsabilidad social:** su importancia radica en las afirmaciones de Restrepo, “todo buen periodismo está hecho para servir al público”. Por esencia el periodista se debe a toda la sociedad y trabaja para que esa sociedad sea mejor. El buen periodista debe trabajar para su lector y de esta manera los hace para toda la sociedad.
- **Sensibilidad:** permite al periodista aplicar su criterio previo a publicar cierta información, pues no hay fórmulas que resuelvan automáticamente los dilemas. Esa sensibilidad se adquiere en las aulas, pero sobre todo con la experiencia profesional. Funciona muy bien cuando se tiene en mente la presencia del otro y cuando uno se pone en el lugar del otro.
- **Autonomía y libertad de expresión:** el periodista es libre de escribir sobre cualquier tema haciendo valer su derecho a la libre expresión. Debe evitar la autocensura, ya sea por miedo o por interés. Un buen periodista siempre enfrenta riesgos, pero se debe superar el miedo y no permitir que le tiemble el pulso. Lo más detestable del periodismo, dice Restrepo, es la autocensura por interés. Cuando el periodista logra su independencia controla el miedo y se vuelve libre. La libertad no está hecha, es algo que se tiene que estar construyendo.
- **Utilidad:** no siempre el fin justifica los medios, es decir, argumentar que el beneficio hacia los lectores permite cometer arbitrariedades no siempre es la mejor forma de resolver un dilema. Siempre se deben tomar en cuenta varios factores a la hora de tomar una decisión.
- **Verificación de fuentes y citas:** un principio básico del periodismo es nunca informar con una sola fuente. El periodista siempre debe estar dudando, verificando, formulándose preguntas y buscando respuesta a ellas. Identificar las fuentes siempre que sea posible.

Por ningún motivo debe plagiar información de colegas u otros medios: siempre debe realizar la cita correspondiente de la fuente.

- **Autorregulación:** consiste en implementar reglas para uno mismo con la finalidad de hacer un buen periodismo y entregar un trabajo de calidad. En el trabajo cotidiano se puede aplicar como regla el no hacer solamente investigación de escritorio, siempre acudir a fuentes primarias para complementar la información.

Aplicación

Todos los colaboradores de *Problemasdeldesarrollo*, sin excepción, deberán apearse a estos principios éticos aplicando el principio de autorregulación, en caso contrario se harán acreedores a la sanción que determine el consejo editorial del medio.

Acceso a la información y libertad de expresión

Para la investigación y posterior tratamiento de la información, el equipo editorial y colaboradores del sitio web se amparan en el Derecho de acceso a la información y a libertad de expresión de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (Última reforma publicada DOF 15-08-2016). Título Primero, Capítulo I, De los Derechos Humanos y sus Garantías: Artículo 6°.

En cuanto al derecho a la protección en el ejercicio de la libertad de expresión y el periodismo, se tiene como referencia la Ley para la Protección de Personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas (Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 25 de junio de 2012). Capítulo I, Objetivo y Fin del Mecanismo: Artículo 1, Artículo 2 (párrafo 13, Periodistas).

Respecto a la sección “Principal” del sitio web: publicación parcial de artículos de la revista científica. Se toma de referencia el Acuerdo por el que se establecen los Lineamientos Generales para la Política de Acceso Abierto de la Universidad Nacional Autónoma de México,

con fundamento en los artículos 1° y 9° de la Ley Orgánica y 34, fracciones IX y X del Estatuto General: acuerdos Primero, Segundo, Tercero y Cuarto.

Directivas legales para los usuarios del servicio

Todos los servicios y contenidos ofrecidos en *Problemasdeldesarrollo* son libremente accesibles por parte de los usuarios, salvo que el Comité editorial determine lo contrario. Por lo tanto, tienen la libertad de copiar, distribuir y comunicar públicamente todos los contenidos, siempre y cuando se haga referencia a la fuente de información, y al autor cuando lo haya.

El uso indebido de los servicios o contenido que tenga como fin lesionar los derechos de terceros, contravenir el orden jurídico o constituya una práctica ofensiva, será reportado y el Comité editorial del sitio web podrá tomar las medidas que considere convenientes según su criterio. Se reserva el derecho de suspender o impedir el acceso a los servicios o contenidos a aquellos usuarios que incurran en el uso indebido de los mismos.

Cada usuario será exclusivo responsable por las manifestaciones que vierta dentro del marco del sitio. *Problemasdeldesarrollo*, en el caso de recibir denuncias de terceros sobre la afectación a cualquiera de sus derechos o que considere que existen circunstancias susceptibles de lesionar los mismos, remitirá el caso a las autoridades competentes.

Problemasdeldesarrollo no se hace responsable por el uso indebido que hagan los usuarios de los contenidos o recursos del sitio ni por la posible falsedad de datos que puedan proporcionar ellos, relativos a su identidad.

Aviso de privacidad

Problemasdeldesarrollo es un portal informativo cuyo responsable de la protección de datos es el C. José Luis Maya Cruz a quien podrá contactar en el correo electrónico: jlmc77ster@gmail.com. Este aviso de privacidad forma parte del sitio problemasdeldesarrollo.sistop.org

La información solicitada al usuario es: Nombre y dirección de correo electrónico. Dicha información deberá ser veraz y completa ya que el usuario será el responsable de los datos proporcionados y en ningún caso *problemasdeldesarrollo* será responsable de ello.

La información proporcionada por los usuarios es con la mera finalidad de integrarlos a una lista para compartirles la información generada por el sitio web y en todo momento tendrán la posibilidad de revocar su consentimiento mediante enviando un correo a jlmc77ster@gmail.com con el asunto, desuscribir.

Conforme a lo estipulado en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares. Capítulo II, De los Principios de Protección de Datos Personales: Artículos 6, 7, 8 y 9, *problemasdeldesarrollo* no realiza transferencia de información con terceros, es decir no vende ni alquila información de los usuarios. En ningún momento solicita datos personales que se puedan considerar sensibles. Nunca pide nombre de usuario o contraseñas para acceder al sitio web, el encargado de crear y resguardar dichos datos es el mismo usuario.

Aceptación de los términos

El usuario que ingresa al sitio web y utiliza los servicios declara haber leído y aceptado los términos antes expuestos.

El Código de ética se encuentra publicado en el sitio web <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/codigo-de-etica/>, mientras que lo referente a las directivas legales para los colaboradores y usuarios, así como el aviso de privacidad, se ha publicado en <http://problemasdeldesarrollo.sistop.org/acerca-de/>.

4.4 Conclusiones.

El haber cursado la Maestría en Periodismo Digital, del Sistema de Universidad Virtual de la UDG, me permitió actualizarme en cuanto al uso de nuevas plataformas, herramientas y aplicaciones tecnológicas para producir y comunicar contenidos periodísticos. También adquirí las competencias y habilidades necesarias para emprender y desarrollar el proyecto de periodismo digital Problemasdeldesarrollo, “El peso de la economía”.

Previo a la creación del sitio web, se trabajó en la definición del perfil del proyecto, en el análisis de la competencia, en la búsqueda de un nombre, en definir el perfil de la audiencia, pensar en las secciones y contenidos de las mismas, en el modelo de negocio, en la forma de financiamiento y sostenibilidad del sitio web, en la estructura y diseño, así como en buscar colaboradores.

Cabe recordar que el proyecto original en el que trabajé durante el primer y segundo semestres tenía como propósito llevar a cabo una propuesta de intervención a la página web de *Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía* (www.probdes.iiec.unam.mx), pero dados los objetivos de la maestría y debido a las complicaciones que encontré en la revista científica para implementar un plan de mejoras, se optó por crear un sitio web que me permitiera incluir notas y entrevistas generadas a partir del establecimiento de una agenda de contenidos y lograr de esta manera que el proyecto adquiriera un perfil más periodístico.

Por lo anterior, a partir del tercer semestre de la maestría (enero de 2016) se tuvieron que redefinir los objetivos y el planteamiento del proyecto, no obstante, los avances logrados hasta el momento son alentadores. Se ha logrado conformar un equipo de colaboradores que se han esforzado por apropiarse de las herramientas necesarias para producir contenidos adecuados para publicarse en el sitio web. Destaca su excelente disposición y ganas de mejorar, porque siguen aprendiendo sobre la marcha.

Problemasdeldesarrollo permite agregar elementos multimedia y notas adicionales sobre lo más relevante del acontecer nacional e internacional, no obstante, ha quedado corto en su

aspiración a convertirse en una opción en la que el usuario disponga de un sitio web, cuya arquitectura sea agradable y cuente cada día con mayor accesibilidad y usabilidad.

Se trabaja mediante un sistema de voluntariado y, a pesar de que todos ellos tienen responsabilidades en otras áreas, cada uno trata de ajustarse a los tiempos establecidos en la Agenda de Contenidos. En este punto quiero señalar que los resultados obtenidos no son los que se proyectaron idealmente, ya que en algunos casos los colaboradores han tenido problemas para ajustarse a los tiempos establecidos en la Agenda de Contenidos debido a la carga de trabajo generada en sus labores cotidianas.

Antes de iniciar el proyecto del sitio web de periodismo digital, excepto Minerva García, ninguno de los que conformamos el equipo editorial habíamos colaborado de manera directa en el diseño y lanzamiento de un medio de esta naturaleza. En la medida que se ha ido avanzando es muy gratificante conocer los innumerables recursos que ofrecen los gestores de contenidos como es el caso de Wordpress. Es cierto que no ha sido tarea sencilla lograr apropiarse e implementar las herramientas que tiene disponibles esta plataforma, sin embargo, nos ha permitido actualizarnos y querer aprender más.

La meta de creación y lanzamiento del sitio web se ha cumplido, pero después de la primera evaluación que realizamos nos dimos cuenta que hace falta trabajar en su posicionamiento, ya que su alcance hasta el momento es muy reducido.

Otra idea que compartimos es que no es tan complicado crear un sitio web, lo realmente difícil es mantenerlo actualizado y con notas de calidad, por ello se tiene que trabajar más en la operabilidad. Además, estamos conscientes que al ser un medio que se enfoca hacia la economía, su público es muy específico por lo que se tienen que redoblar los esfuerzos para producir contenidos que alcancen a un público más amplio.

Reconocemos que hace falta generar mayor número de contenidos para alimentar las diferentes secciones de la página web, así como dar continuidad a los artículos de la revista científica que se publican en el sitio de *problemasdeldesarrollo*. Se tiene que seguir trabajando

de manera constante en la publicación de contenidos del sitio web y adecuando sus diferentes secciones pensando siempre en el usuario. Para ello nos será de mucha utilidad el manual de estilo compartido en nuestro sitio web, donde también se encuentra el código de ética al que se deberá sujetar todo aquel que se integre a nuestro equipo, considerando de manera primordial el referente a la autorregulación.

Otro de los principios básicos que deben tener claro todos los colaboradores o quienes deseen participar en el sitio web de noticias *Problemasdel desarrollo* es que en sus notas debe permanecer el criterio noticioso.

La optimización de los procesos de producción y publicación de contenidos se puede solucionar consiguiendo el apoyo de por lo menos un colaborador formado en la carrera de Ciencias de la comunicación, con especialización en el campo del periodismo, que se encargue de la producción constante de contenidos, así como de un diseñador web para aprovechar de mejor manera los espacios del sitio web. Lo anterior no se puede lograr en el corto plazo, pero es factible en el mediano o largo plazos.

Por el momento se ha invitado a estudiantes de las carreras de Economía y de Ciencias de la Comunicación a colaborar, pero no se ha tenido éxito. Carlos Gachuz de la carrera de Economía y Angélica Patiño de Ciencias de la Comunicación se comprometieron a incorporarse al proyecto una vez que concluya el segundo semestre de 2016 en la UNAM.

Otro aspecto positivo, es que desde que se planteó el proyecto, y a pesar de que se modificó la idea de intervención original, se sigue contando con el apoyo de la directora de la revista científica (*Problemas del Desarrollo. Revista Latinoamericana de Economía*), quien está consciente de la importancia que representan los talleres de capacitación en multimedia, tanto para el equipo de colaboradores interno como externo. Hasta el momento se ha logrado capacitar en la edición de video a Leticia Duarte y Rafael Olmos.

Se está consciente de que la relación existente con el Instituto de Investigaciones Económicas (IIEc-UNAM), a través de su revista científica, podría generar algún malestar si se

incluyen en la agenda de contenidos noticias que afecten a la institución, sin embargo, por el momento no hay censura debido a que se cuenta con el respaldo total de la directora de la revista científica. Pero, si surgiera un posible dilema se le daría preferencia a la noticia y a lo informativo.

En cuanto al funcionamiento y alcance de las redes sociales resultó ser muy limitado, aunque las personas que han dado “me gusta”, retuitearon, compartieron o hicieron comentarios a los contenidos, no siempre fueron las mismas, sino con perfiles diversos y con comentarios que aportaron a la publicación. A pesar de que los temas no son de mucho impacto, sí se caracterizan por su seriedad y relevancia.

La estrategia empleada no tuvo el impacto esperado, pero se obtuvo como enseñanza que hay que tener intuición periodística, pero también hay que estar monitoreando qué es lo que comparten los usuarios de las redes sociales para conocer los temas que les son de mayor interés.

Otra enseñanza que nos deja el uso de medios sociales es que debemos revisar la información de nuestros contenidos antes de publicarlos, pues siempre estamos expuestos a cometer errores, pero lo importante es aplicar el principio ético de reconocer el error y corregirlo, y no meramente borrar la publicación.

Para lograr captar la atención del público objetivo siempre se debe procurar ofrecer datos o cifras atractivas fáciles de recordar por los usuarios, sobre todo en Facebook y Twitter. Paralelo a ello se deben crear cuentas de redes sociales propias del medio, ya que comprobamos que los perfiles personales no aportan mucho en cuanto al posicionamiento del sitio web.

Se ha logrado crear un portal digital de noticias desde cero, sin embargo, se ha tenido un bajo impacto del mismo, a pesar de que se ha ampliado el tipo de medios utilizados en las notas generadas: texto, gráficos, video e infografías. Hace falta posicionar mi perfil como profesional, ya que la mayoría de mis contactos me ubican más con el perfil personal.

Los retos profesionales que se vislumbran son mantener nuestro portal de noticias y lograr su consolidación en el mediano plazo, para ello ya se trabaja en la creación y posicionamiento de páginas de redes sociales propias del sitio web *Problemasdel desarrollo*, mismas que se seguirán complementando con las del perfil personal.

En la medida que se logre la consolidación de este proyecto digital también repercutirá en el posicionamiento de la página web de la revista científica.

Referencias bibliográficas

Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). (2016). *12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México*. Recuperado de: https://www.amipci.org.mx/images/Estudio_Habitosdel_Usuario_2016.pdf

Aerco & Territorio creativo. (2001). La función del Community Manager. Asociación Española de responsables de comunidad. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/100262225/La-funcion-de-un-Community-Manager>

Álvarez de Armas, O. (2003) *Periodismo digital, periodistas digitales y empresas multimedia*. Recuperado de https://www.upf.edu/hipertextnet/numero-2/periodismo_dig.html

Aznar, H. (2004). Los Códigos Éticos del Periodismo y la Responsabilidad de los Profesionales. *Razón y Palabra*, No. 40. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n40/haznar.html>

Bermúdez, D. (2015). Mexicanos miran 4,000 millones de videos al mes. *El Economista*. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2015/06/20/mexicanos-miran-4000-millones-videos-mes>

Bermúdez, D. (2015). México, tercer lugar en consumo de video en YouTube. *El Economista*. Recuperado de <http://eleconomista.com.mx/tecnociencia/2015/08/20/mexico-tercer-lugar-consumo-video-youtube>

Biblat. (2015). *Reporte de posicionamiento por cuartiles*. Recuperado de: <http://biblat.unam.mx/es/conacyt/reporte/reporte-posicionamiento-cuartiles-jcr-scimago>

Borello, A. (1994). El plan de negocios. (Capítulos 3, 4, 5, y 6). Ediciones Díaz de Santos. Recuperado de <http://wdg.biblio.udg.mx>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2012). Ley para la Protección de Personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas. Recuperado de <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lppddhp.htm>

Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (2010). Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares. Capítulo II, De los Principios de Protección de Datos Personales: Artículos 6, 7, 8 y 9.

Campos, F. (2010). Los nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas. Estudios sobre el Mensaje Periodístico. Universidad Santiago de Compostela. Disponible en: <http://www.readperiodicals.com/201001/2234999991.html>

Campuzano, V. (2014). Tipos de banners en internet. Disponible en: <http://www.grupographic.com/blog-de-publicidad-marketing-murcia/blog/marketing-online/tipos-de-banners-en-internet/>

Camus, J. C. (2010). Cómo escribir en espacios digitales. En *Tiene 5 segundos. Gestión de contenidos digitales* (75-101). Libro disponible en la página: <http://tienes5segundos.cl/libro/>

Comas, O. (2012). El caso de WikiLeaks como piedra de toque de la democracia deliberativa de Jûrgen Habermas. En *Dilemata*, año 4. N°. 8 (123-151). Recuperado de: <http://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/viewFile/121/123>

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. (2016). Derecho de acceso a la información y a libertad de expresión. (Última reforma publicada DOF 15-08-2016). Título Primero, Capítulo I, De los Derechos Humanos y sus Garantías: Artículo 6°.

González-Vallés, G. (2014). *Deontología del periodista-ética profesional del periodista*. Recuperado de <http://www.deontologia.org/deontologia-del-periodista.html>

Ham Y., y Pineda C.D. (2014). Actores de la ciencia. En *Mitos y realidades de la ciencia en México*. México: UNAM-IIIEc. pp. 29-44.

Hohmann, J., y Comité de éticas y valores del ASNE. (2011). *Las 10 mejores prácticas para medios sociales*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas. Recuperado de <http://knightcenter.utexas.edu/es/ebook/las-10-mejores-practicas-para-medios-sociales-es>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2015). *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH)*. Recuperado de: http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016/especiales/especiales2016_03_01.pdf

Liuzzi, A. (2008). *Redacciones integradas: ejemplos desde Texas*. Recuperado de: <http://segundoplanoblog.blogspot.mx/2008/04/redacciones-integradas-ejemplos-desde.html>

Maldonado, M. (2016). Facebook y sus 61 millones de usuarios en México. *El Financiero*. Recuperado de <http://www.elfinanciero.com.mx/blogs/historias-de-negoceos/facebook-y-sus-61-millones-de-usuarios-en-mexico.html>

Organización de las Naciones Unidas. (...). Declaración Universal de los Derechos Humanos. Recuperado de <http://www.un.org/es/documents/udhr/>

Ortega, S. (2008). “Evolución del perfil del usuario: Usuarios 2.0”. En *No Sólo Usabilidad* No. 6 (Revista electrónica española). Recuperado de: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/usuario20.htm>

Paula, G. (2014). 5 iniciativas de periodismo ciudadano hiperlocal. Recuperado de: <http://www.periodismociudadano.com/2014/12/22/5-iniciativas-de-periodismo-ciudadano-hiperlocal/>

Ramírez Plascencia, D. (2015). El periodismo digital y las políticas editoriales en materia de plagio: una discusión necesaria pero ausente. *Palabra Clave* 18(1), 111-130.

Ramonet, I. (2002). Los periodistas están en vías de extinción. En *Sala de Prensa*. Año 4, Vol. 2. N°. 46. Recuperado de: <http://www.saladeprensa.org/art382.htm>

Recopilación de ideas con los miembros del equipo editorial de *Problemas del desarrollo*.

Regiones de México. (). Recuperado de:
http://conevyt.org.mx/colaboracion/colabora/objetivos/libros_pdf/sso1_u3lecc2.pdf

Restrepo, J. (2004). *El zumbido y el moscardón. Taller de consultorio de ética periodística*. México: FCE. Pp. 38-43.

Restrepo, J. (2012). *10 lecciones de ética*. Recuperado de
<http://www.youtube.com/watch?v=1vLAGLCdaSo>

Romero, F. (2013). *Guía para desarrollar un proyecto de comunicación digital*. Centro de Formación en Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual. Universidad de Guadalajara. Recuperado de <http://www.centroperiodismodigital.org/sitio/?q=noticia/guia-para-crear-un-medio-de-comunicacion-digital>

Rost, A. (2012). Modelos de uso y gestión de redes sociales en el Periodismo. Recuperado de https://www.academia.edu/2762807/Modelos_de_uso_y_gesti%C3%B3n_de_redes_sociales_en_el_periodismo

Salaverría, R.; Negro, S. (2010). *Periodismo integrado. Convergencia de medios y reorganización de redacciones*. Recuperado de:
https://www.researchgate.net/publication/268810171_Periodismo_integrado_convergencia_de_medios_y_reorganizacion_de_redacciones

Sánchez, A. (1989). *La gestión de recursos humanos en la empresa informativa*, Disponible en:
http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=307

Tascón, M. (Marzo, 2010). Emprendimientos en la Red con Mario Tascón. Recuperado de
<http://www.youtube.com/watch?v=3YOF-QiKLF8>

Vázquez, R. (2016). Los ambiciosos planes de Facebook para 2016. *Forbes México*. Recuperado de <http://www.forbes.com.mx/los-ambiciosos-planes-de-facebook-para-2016/#gs.9WXrd=8>

Anexos

Anexo 1. Encuesta en página web

Encuesta en página web

¿Consideras útiles los contenidos publicados en este canal de difusión?

Si
No

Visualmente ¿es atractiva la información aquí publicada?

Si
No

¿Consideras que se han atendido a tiempo tus dudas o peticiones?

Si
No

¿Habías visitado este sitio web con anterioridad?

Si
No

¿Sigues algún otro canal de difusión, además de este, de nuestro proyecto?

- Twitter @jlmaya1
- Facebook José Luis Maya Cruz
- Ninguno de los otros mencionados

Anexo 2. Encuesta Facebook

¿Consideras útiles los contenidos publicados en este canal de difusión?

Si
No

Visualmente ¿es atractiva la información aquí publicada?

Si
No

¿Consideras que se han atendido a tiempo tus dudas o peticiones?

Si
No

¿Habías visitado este sitio con anterioridad?

Si
No

¿Sigues algún otro canal de difusión, además de este, de nuestro proyecto?

- Sitio web
- Twitter
- Ninguno de los otros mencionados

Anexo 3. Encuesta Twitter

¿Consideras útiles los contenidos publicados en este canal de difusión?

Si
No

Visualmente ¿es atractiva la información aquí publicada?

Si
No

¿Consideras que se han atendido a tiempo tus dudas o peticiones?

Si
No

¿Habías visitado este sitio con anterioridad?

Si
No

¿Sigues algún otro canal de difusión, además de este, de nuestro proyecto?

- Sitio web
- Facebook José Luis Maya Cruz
- Ninguno de los otros mencionados