

Benemérita Universidad de Guadalajara

Sistema de Universidad Virtual

Maestría en Periodismo Digital



Señal Informativa Lagos

**Proyecto de periodismo digital para Lagos de Moreno, Jalisco
y sus ciudades de influencia**

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

Yahaira Guadalupe Padilla López

Director:

Fidel Antonio Romero Álvarez

Guadalajara, Jalisco, 15 de junio de 2020

H. Miembros de la Junta Académica del Programa de Maestría en Periodismo Digital

Presente

Por este medio, me permito hacer de su conocimiento que el trabajo recepcional titulado *Señal Informativa Lagos. Proyecto de periodismo digital para Lagos de Moreno, Jalisco y sus ciudades de influencia*, realizado por la alumna **Yahaira Guadalupe Padilla López** con código **396649444**, de la Maestría en Periodismo Digital, fue revisado de manera previa a su presentación y defensa ante el jurado correspondiente, a través de la herramienta anti-plagio denominada Turnitin.

Con base en la revisión realizada por el director del trabajo recepcional y el análisis del reporte de las similitudes encontradas por dicho software, no se identificaron elementos originales contenidos en alguna obra de terceros que se hagan pasar como propios por el autor del trabajo recepcional ¹.

Por ello, se considera que el trabajo recepcional presentado es resultado del esfuerzo individual de su autor y que este empleó las normas y protocolos de citación pertinentes en su desarrollo, por lo cual, se presume que no infringe derechos intelectuales de terceros.

Sin otro particular por el momento, me despido con un cordial saludo.

Atentamente

“PIENSA Y TRABAJA”

Guadalajara, Jalisco, a 17 de noviembre de 2020

Mtra. Brenda Guadalupe Ramos Villasenor
Coordinadora del programa de Maestría en Periodismo Digital



¹Si bien el plagio como vulneración a los derechos intelectuales no se encuentra previsto en la legislación penal o en materia de propiedad intelectual, para efectos de su comprensión se recurre a la opinión doctrinista argentina Delia Lipszyc, quién señala se refiere al plagio como “el apoderamiento ideal de todos o de algunos elementos originales contenidos en la obra de otro autor presentándolo como propios”. (Ref, Lipszyc Delia, cit. pos. Timal López Sandra y Sánchez Espinoza, Francisco. El plagio en el contexto del derecho de autor. Revista “Tla-melaua” de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (online), 2017, vol. 11, n 42, pp 48-66. Disponible en :

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1870-69162017000200048&lng=es&nrm=iso

Señal Informativa Lagos. Proyecto de periodismo digital para Lagos de Moreno, Jalisco y sus ciudades de influencia, una apuesta de periodismo digital dirigida a jóvenes jaliscienses

INFORME DE ORIGINALIDAD

7 %

INDICE DE SIMILITUD

6 %

FUENTES DE INTERNET

1 %

PUBLICACIONES

2 %

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

imagendigital.esteticas.unam.mx

Fuente de Internet

1 %

2

Submitted to Universidad de Guadalajara

Trabajo del estudiante

<1 %

3

www.ift.org.mx

Fuente de Internet

<1 %

4

tvmorfosis.com

Fuente de Internet

<1 %

5

www.iieg.gob.mx

Fuente de Internet

<1 %

6

www.saludzac.gob.mx

Fuente de Internet

<1 %

7

sedici.unlp.edu.ar

Fuente de Internet

<1 %

8

Submitted to Universidad Anáhuac Poniente --
Investigaciones y Estudios Superiores, S.C.

<1 %

9	doku.pub Fuente de Internet	<1%
10	prdleg.cddhcu.gob.mx Fuente de Internet	<1%
11	www.lagos.udg.mx Fuente de Internet	<1%
12	wifimarketing.com.mx Fuente de Internet	<1%
13	uamradio.uam.mx Fuente de Internet	<1%
14	zyro.com Fuente de Internet	<1%
15	www.intranet.cij.gob.mx Fuente de Internet	<1%
16	odisea.org.mx Fuente de Internet	<1%
17	documentop.com Fuente de Internet	<1%
18	lena.mx Fuente de Internet	<1%
19	www.pinterest.de Fuente de Internet	<1%

20	es.unionpedia.org Fuente de Internet	<1%
21	orbisestudios.com Fuente de Internet	<1%
22	www.comsoc.udg.mx Fuente de Internet	<1%
23	Submitted to University College London Trabajo del estudiante	<1%
24	www.procuradordelcomun.org Fuente de Internet	<1%
25	www.tradeaction.com Fuente de Internet	<1%
26	www.udgvirtual.udg.mx Fuente de Internet	<1%
27	www.hotelxcaret.com Fuente de Internet	<1%
28	reventazon.meic.go.cr Fuente de Internet	<1%
29	www.redalyc.org Fuente de Internet	<1%
30	foroconsultivo.org.mx Fuente de Internet	<1%
31	docplayer.es Fuente de Internet	<1%

<1%

32

Submitted to Universidad Católica de Santa María

Trabajo del estudiante

<1%

33

osheescrito.wordpress.com

Fuente de Internet

<1%

34

www.infinity-travel.com.mx

Fuente de Internet

<1%

35

Submitted to CONACYT

Trabajo del estudiante

<1%

36

www.i-comercio.com.mx

Fuente de Internet

<1%

37

losaltosdejalisco.com.mx

Fuente de Internet

<1%

38

www.summit-americas.org

Fuente de Internet

<1%

39

medium.com

Fuente de Internet

<1%

40

Submitted to SAE Institute (Worldwide)

Trabajo del estudiante

<1%

41

getel.ndsr.org

Fuente de Internet

<1%

www.escrituracreativa.com

42

Fuente de Internet

<1%

43

www.cantabriaenred.com

Fuente de Internet

<1%

44

agenda.iteso.mx

Fuente de Internet

<1%

45

congresocoahuila.gob.mx

Fuente de Internet

<1%

46

www.aneca.es

Fuente de Internet

<1%

47

www.grupoauge.com.mx

Fuente de Internet

<1%

48

revistainterforum.com

Fuente de Internet

<1%

49

www.obispadogchu.org.ar

Fuente de Internet

<1%

50

elpais.com

Fuente de Internet

<1%

51

comunicacion.senado.gob.mx

Fuente de Internet

<1%

52

www.informatica-juridica.com

Fuente de Internet

<1%

53

sep.gob.mx

Fuente de Internet

<1%

54 issuu.com Fuente de Internet <1%

55 talcualdigital.com Fuente de Internet <1%

56 www.elsiglodetorreon.com.mx Fuente de Internet <1%

57 pintarenmallorca.blogspot.com Fuente de Internet <1%

58 www.cinelodeon.com Fuente de Internet <1%

59 www.terra.com.ar Fuente de Internet <1%

60 en.wikipedia.org Fuente de Internet <1%

61 www.clubensayos.com Fuente de Internet <1%

62 www.campus-oei.org Fuente de Internet <1%

63 www.calera.gob.mx Fuente de Internet <1%

64 www.aena.es Fuente de Internet <1%

65 crin.org

Fuente de Internet

<1%

66

archive.crin.org

Fuente de Internet

<1%

67

etheses.whiterose.ac.uk

Fuente de Internet

<1%

68

www.coursehero.com

Fuente de Internet

<1%

69

vdocuments.mx

Fuente de Internet

<1%

70

www.pdflatinamerica.com

Fuente de Internet

<1%

71

iteso.mx

Fuente de Internet

<1%

72

www.yolomiro.es

Fuente de Internet

<1%

73

fr.scribd.com

Fuente de Internet

<1%

74

www.rentnsell.net

Fuente de Internet

<1%

75

playball.eluniversal.com

Fuente de Internet

<1%

76

eujournal.org

Fuente de Internet

<1%

77 empleo-inmediato.blogspot.com <1 %
Fuente de Internet

78 www.transporte3.com <1 %
Fuente de Internet

79 www.svdargentina.org.ar <1 %
Fuente de Internet

80 rabida.uhu.es <1 %
Fuente de Internet

81 (Carlinda Leite and Miguel Zabalza). "Ensino superior: inovação e qualidade na docência", Repositório Aberto da Universidade do Porto, 2012. <1 %
Publicación

82 www.scielo.org.mx <1 %
Fuente de Internet

83 www.pued.unam.mx <1 %
Fuente de Internet

84 www.diarioti.com <1 %
Fuente de Internet

85 noticias.eluniversal.com <1 %
Fuente de Internet

86 www.bdigital.unal.edu.co <1 %
Fuente de Internet

proledi.ucr.ac.cr

87

Fuente de Internet

<1%

88

es.scribd.com

Fuente de Internet

<1%

89

www.leyesnet.com

Fuente de Internet

<1%

90

publicacionesbloqueucr.blogspot.com

Fuente de Internet

<1%

91

www.integracion-de-sistemas.com

Fuente de Internet

<1%

92

www.telematica.ccadet.unam.mx

Fuente de Internet

<1%

93

otro-blogmas.blogspot.com

Fuente de Internet

<1%

94

naalc.org

Fuente de Internet

<1%

95

Graciela Carrazco López. "Intelectuales académicos de las instituciones de educación superior en México: el sentido de su producción periodística", Universidad Nacional Autónoma de México, 2015

Publicación

<1%

96

www.oei.es

Fuente de Internet

<1%

97

archive.org

Fuente de Internet

<1%

98

www.sai.com.ar

Fuente de Internet

<1%

99

Chun-Wei Chiang, Caroline Anderson, Claudia Flores-Saviaga, Eduardo Jr Arenas et al.

"Understanding Interface Design and Mobile Money Perceptions in Latin America",

Proceedings of the 8th Latin American

Conference on Human-Computer Interaction -

CLIHIC '17, 2017

Publicación

<1%

100

laviedunepatate.blogspot.com

Fuente de Internet

<1%

101

presidencia.gob.mx

Fuente de Internet

<1%

102

iieg.gob.mx

Fuente de Internet

<1%

103

sieg.gob.mx

Fuente de Internet

<1%

104

www.mideplan.go.cr

Fuente de Internet

<1%

105

www.notiemp.com

Fuente de Internet

<1%

106 primeroennoticias.com <1 %
Fuente de Internet

107 www.fad.es <1 %
Fuente de Internet

108 enlacezapatista.ezln.org.mx <1 %
Fuente de Internet

109 Elvia Lucía Flores Ávalos, Ximena Pérez
García. "Protección al derecho a la imagen y a
la voz ante las tecnologías de la información y
comunicación", Estudios en Derecho a la
Información, 2018 <1 %
Publicación

110 www.tiendadelmuseo.com.mx <1 %
Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias

< 5 words

Excluir bibliografía

Activo

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

Mtra. Brenda Guadalupe Ramos Villaseñor
Coordinadora 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 la egresada de la Maestría en Periodismo Digital, **Yahaira Guadalupe Padilla López**, con código **396649444**, ha concluido la redacción del trabajo recepcional **Señal Informativa Lagos. Proyecto de periodismo digital para Lagos de Moreno, Jalisco y sus ciudades de influencia, una apuesta de periodismo digital dirigida a jóvenes jaliscienses.**

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, 30 de junio de 2020



Mtro. Fidel Antonio Romero Álvarez

Director de tesis

ÍNDICE

Introducción.....	3
Capítulo 1. Descripción y justificación del proyecto.....	9
1.1 Planteamiento y antecedentes del proyecto.....	9
1.2 Descripción general del proyecto.....	12
1.3 Justificación y relevancia social del proyecto.....	16
Capítulo 2. Contextualización del proyecto.....	22
2.1 Análisis del contexto.....	22
2.2 Análisis de la oferta y la demanda.....	30
2.3 Validación e innovación del proyecto Señal Informativa Lagos.....	35
Capítulo 3. Marco Metodológico.....	40
3.1 Plan operativo para ejecutar el proyecto.....	40
3.2 Plan de financiamiento.....	69
3.3 Plan operativo para la gestión y monitoreo de redes sociales.....	71
3.4 Plan operativo para la gestión de personal.....	97
Capítulo 4. Resultados y conclusiones.....	103
4.1 Informe estadístico del impacto del sitio web.....	103
4.2 Informe del plan de financiamiento.....	123
4.3 Plan de mejora del medio.....	124
4.4 Conclusiones.....	146

Introducción

Las innovaciones tecnológicas están transformando el mundo. El fenómeno de la globalización hace a éste cada vez más pequeño. El periodismo como disciplina y práctica profesional y cultural se encuentra inmerso en estas transformaciones y el que se realiza en las ciudades pequeñas o medias de México, antes considerado como un periodismo regional o local, cobra cada vez más una relevancia mundial.

Con este trabajo “Señal Informativa Lagos”, pretendemos, desde un medio universitario, Radio Universidad de Guadalajara en Lagos de Moreno, enclavado en una región del Estado de Jalisco conocida como “Los Altos Norte”, establecer las bases que nos permitan enfrentar el reto planteado por los grandes avances en las innovaciones tecnológicas aplicadas a la práctica del periodismo y los grandes cambios en las prácticas culturales de los países propiciadas por el fenómeno conocido como globalización.

Este reto no es una tarea sencilla por una gran cantidad de motivos desprendidos de los dos fenómenos citados y por las características particulares de la región en la que nos encontramos las cuales iremos desglosando con la intención de buscarles una solución, en cada uno de los capítulos aquí presentados.

En la actualidad, ningún trabajo puede prescindir de un análisis de las repercusiones que sobre él tienen las llamadas nuevas tecnologías de la información y, sobre todo, la velocidad con las que éstas se transforman en una vorágine que hace caducar lo nuevo aún antes de posicionarse en el mercado o en las prácticas culturales.

En el periodismo esto se nos presenta en dos vertientes principales: por un lado, las constantes novedades tecnológicas que aparecen en el mercado para la práctica del periodismo: nuevos “gadgets” y aplicaciones que facilitan el trabajo del reportero, el redactor, el jefe de información, el editor, el director y el de todos los involucrados en la producción de nuevos contenidos, y por otro lado la transformación de las prácticas culturales de los mismos: modificaciones en la estructura de las salas de redacción, en la administración del medio, la aparición del “prosumer”, productor y consumidor de

contenidos, y del “community manager” entre otros nuevos actores, la aparición también de las “fake news”, los “incorporadores”, cuyas dinámicas deben de ser motivo de seguimiento y estudio por quienes trabajan en un medio digital.

La adquisición de nuevos productos que envejecen con la misma velocidad con la que aparecen y la constante formación y capacitación de los integrantes de las salas de redacción, su constante cambio de roles, pero al mismo tiempo la necesidad de hacer de su trabajo cada vez más especializado, encarecen el costo de producción de los contenidos informativos.

También la facilidad para que el usuario acceda a productos informativos de muy buena calidad producidos en otros países cuyos periodistas tienen mayores recursos, obligan a los medios pequeños a realizar un mayor esfuerzo de innovación para volver a sus contenidos más atractivos frente a un usuario cada día más exigente.

Como se podrá ver, todos estos elementos encarecen el producto final, el cual en este caso no puede recaer directamente en el consumidor y por lo general tiene que ser asumido por el medio.

Un medio pequeño, en una ciudad pequeña o media, se verá rápidamente en dificultades financieras si no se provee de un buen plan de negocios y no busca diversas fuentes de financiamiento. Esta dificultad se agrava dado que las casas matrices de las empresas establecidas en las ciudades pequeñas o medias, por lo general tienen sus oficinas centrales en ciudades medias o en otros países y no están autorizadas por éstas para financiar o adquirir publicidad de empresas, en este caso periodísticas, locales. En otras palabras, la venta de espacios publicitarios, vitales para el periodismo, por lo general se encuentra centralizada en las grandes ciudades o en otros países.

La intención de este trabajo es demostrar cómo, a pesar de las condiciones ya señaladas las cuales pudieran parecer adversas para intentar la creación de un medio digital en una ciudad pequeña o media, es posible afrontar el reto si se cuenta con un buen objetivo, una buena planificación, un buen estudio de mercado y un buen plan de negocios.

Las dificultades técnicas, culturales y financieras pueden superarse y convertirse en nichos de oportunidad, si son atendidas a tiempo por medio de un buen proyecto de periodismo digital sujeto a una constante revisión e innovación.

En el primer capítulo, hacemos una descripción y un planteamiento detallado de los problemas que se enfrentan y la necesidad de introducir un medio digital en una sociedad de una ciudad media.

Dichos problemas por lo general están relacionados a prácticas viciadas que involucran a actores políticos, dueños de “medios”, que en realidad son pequeñas empresas propagandísticas para el político en turno, y la población, que necesita y merece medios confiables, éticos y de calidad que respeten su derecho a estar bien informados.

En este capítulo también describimos los objetivos del proyecto incluyendo su misión, visión y estrategias. En veintitrés puntos abordo los principales temas que debe atender un medio de producción de contenidos noticiosos como el que nos proponemos y que constituyen las líneas específicas para el trabajo del noticiero. En ellos desglosamos los criterios de objetividad, confidencialidad y de línea editorial que debe seguir cada periodista involucrado y que son necesarios para mantener al medio dentro de una coherencia institucional que lo comprometa y lo distinga de otros medios.

Concluimos con la justificación y relevancia del proyecto. En él hacemos hincapié en la necesidad que existe de un medio digital serio y comprometido en una ciudad media como Lagos de Moreno y en una región con serios problemas económicos y sociales como es la región de los Altos Norte del Estado de Jalisco. Tengo la convicción de que, un buen periodismo puede contribuir a la construcción de una mejor sociedad, acercándola a las distintas visiones que existen en el mundo sin reservas ni prejuicios de ningún tipo.

En el segundo capítulo hacemos una contextualización general del proyecto a partir de una descripción de las características socioeconómicas y demográficas de la región y el papel que juega Radio Universidad de Guadalajara en la misma. Desde el crecimiento histórico de su población, hasta el importante problema de migración que ocurre en la región,

pretendo dejar muy claras las características de la región que no pueden ser dejadas de lado por un medio de comunicación digital.

Por medio de una serie de gráficos, se intenta ilustrar el comportamiento de algunas prácticas culturales que están directamente relacionadas con el uso de medios digitales tanto en México como en la región comprendida para este proyecto. Con ello, intentamos conocer los principales problemas a los cuales nos podemos enfrentar debido al uso del Internet, factores de conectividad, prácticas culturales relacionadas con estos factores, como el lugar preferido para conectarse, el tipo de datos contratados con ese fin, entre otros. De igual modo, se analizan los principales tipos y lugares de búsqueda y las redes sociales más usadas por los usuarios de Internet.

En este capítulo también hacemos un breve recorrido por las actuales tendencias globales sobre el periodismo digital, en el entendido de que estas se encuentran en constantes cambios de acuerdo a varios factores. Entre otros, se aborda el tema de los ingresos globales del periodismo, la actual estabilidad en la circulación global del periodismo impreso, los suscriptores, hábitos de consumo y modelos de negocio.

También emprendimos un análisis sobre la oferta y la demanda de nuestros potenciales usuarios haciendo un especial énfasis en las características particulares de los usuarios a los que nuestro medio busca alcanzar. Para ello analizamos sus principales prácticas culturales como usuarios de internet, sus edades, medios socioeconómicos, sus formas de conectividad, las herramientas técnicas de las que dispone el usuario cuyo perfil sería nuestro ideal.

Cerramos el capítulo con un somero análisis de los medios tradicionales y en línea actualmente en oferta en nuestra región de estudio. Para ello nos basamos en las principales características de aquellos medios locales a los que consideramos como una posible competencia directa para nuestro proyecto.

El capítulo tres está dedicado a desarrollar el Marco Metodológico y el plan operativo para ejecutar el proyecto. Por medio de numerosas gráficas y tablas informativas, presentamos el largo recorrido por el cual ha pasado el proyecto de Señal Informativa Lagos desde su

planeación hasta la fecha de presentar este trabajo. Aquí, de una forma que también pretende ser didáctica, están pormenorizados todos los elementos que se han considerado dentro del marco metodológico y el plan operativo, con sus actores, recursos financieros, herramientas y tiempos, así como las evaluaciones realizadas.

La ejecución del proyecto y mejora del sitio web, así como su consolidación están detalladamente pensadas y analizadas en cada uno de los elementos que lo componen. De igual forma, se ha puesto un especial énfasis en el planteamiento y desarrollo del Plan de Financiamiento, que incluye un análisis del gasto y propone un esquema de la cadena de valor que contempla una meticulosa planeación financiera, vislumbrando sus posibles imprevistos.

En el capítulo especificamos el Plan Operativo para Gestión y Monitoreo de redes sociales, las cuales revisten una especial importancia para el proyecto ya que de ellas depende en buena medida el buen desarrollo del proyecto. En las estrategias de monitoreo de redes sociales están contempladas las principales herramientas para el mismo y la conveniencia para usar las que proponemos en nuestro proyecto.

Por último, detallamos las políticas generales de la empresa con la intención de dejar muy bien establecidas las principales líneas de acción, funciones y principios éticos para el buen desarrollo del proyecto. Sin duda, en este capítulo se encuentra todo el esquema de análisis y el cuerpo del proyecto descrito con minuciosidad con el fin de ponderar sus alcances y riesgos.

Finalmente, en el capítulo cuatro se engloban los resultados generales y conclusiones finales en números duros de este proyecto. Aquí se desarrollan también los pasos que la Junta Editorial de *Señal Informativa Lagos* deberá emprender para su mejora general.

Con la ayuda de la Junta Académica de este posgrado, sin duda lograremos la consolidación de este proyecto local de periodismo digital.

Capítulo 1. Descripción y justificación del proyecto

1.1 Planteamiento y antecedentes del proyecto

La historia del periodismo en México nos ilustra sobre la relación que existe en nuestro país entre grandes ciudades y grandes medios. Con algunas excepciones, por lo general los grandes medios se editan y publican en las grandes ciudades, aceptándose que los diarios nacionales sean aquellos editados e impresos en la capital de la república, y los diarios locales en las capitales de los estados. Los medios de comunicación de las ciudades medias y pequeñas quedan de esta manera supeditados a repetir las notas nacionales y locales y a publicar información que solo concierne a sus habitantes. Además, por lo general, los medios que el ciudadano tiene a su disposición se encuentran supeditados al poder político y es muy común el surgimiento de “gacetillas” u otros medios de comunicación cuyo principal ingreso económico es la venta de notas informativas como espacios publicitarios, lo cual limita su objetividad y la veracidad de la información que estos transmiten es muy cuestionable.

Estas formas de hacer periodismo llegan a convertirse en una práctica cotidiana viciada que involucra tanto a los políticos locales, los dueños o directores de medios y al ciudadano, quien de esta manera ve vulnerado su derecho al acceso a la información. Convertidas en una práctica común y socialmente aceptadas en las sociedades de las ciudades medias y pequeñas, estas formas de hacer periodismo son muy dañinas para el surgimiento de una cultura de responsabilidad, de rendición de cuentas y para la democracia en general.

Por otro lado, el rezago que estas ciudades tiene respecto a las grandes metrópolis en materia de cultura del impreso, visual y de las nuevas tecnologías de la información es muy grande, debido a que son ciudades con bajo nivel de escolaridad, carencia de bibliotecas, librerías y con serias limitaciones de conectividad.

Aunado a ello, la privatización de los medios de comunicación después de la reforma a la Ley de Telecomunicaciones de EUA en 1996, - que supone el todos contra todos en un sistema de libre mercado (Segovia, 2001)- y su réplica en varios países incluyendo México,

dejó de lado la premisa de que “Para la información, la verdad era la cualidad principal” (Kapuściński, 2002, p. 35).

Ante este panorama, los proyectos de comunicación universitarios son, en su mayoría, un oasis en medio de la aridez de rigor, objetividad y ética periodística, tal es el caso de *Señal Informativa Lagos*, noticiario que ve la luz en febrero del 2012 con una versión monomedia (radio), bajo el proyecto de medios de la Universidad de Guadalajara, a través de Radio Universidad de Guadalajara en Lagos de Moreno (Radio UdeG Lagos), -XHUGL 104.7 FM¹- una de las ocho emisoras del Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía (SURTyC) de la máxima casa de estudios de Jalisco. Desde entonces, quien presenta este trabajo, ha dirigido este proyecto local acompañada de un pequeño equipo, conformado por jóvenes periodistas.

Si bien la radio es por excelencia el medio más accesible hasta el momento, y debido a la ubicación geográfica de Radio UdeG Lagos su señal puede llegar también hasta las zonas rurales de este gran municipio alteño², innegablemente posee la desventaja de ser efímera y con un archivo poco accesible a la audiencia.

Ya para el año 2016, *Señal Informativa Lagos* había alcanzado cierto grado de madurez, así como la credibilidad, fidelidad y respeto ante la audiencia alteña. Este noticiario radiofónico, transmitido de lunes a viernes de 09:00 a 10:00 de la mañana, incluía cuatro notas locales (abarcados tópicos como: ciudad, política, salud, educación, ciencia y

¹ Una de las ocho emisoras de la Red Radio Universidad de Guadalajara, cuya presencia abarca las principales cabeceras municipales del estado de Jalisco (las otras siete radiodifusoras están en Guadalajara, Autlán, Ameca, Ocotlán, Colotlán, Puerto Vallarta y Zapotlán el Grande), ubicada en la calle Av. Enrique Díaz de León #1144, Col. Paseos de la Montaña de Lagos de Moreno, Jalisco. Transmite a 2000 watts de potencia, lo que le permite ser escuchada también en Unión de San Antonio, San Diego de Alejandría, Cañadas de Obregón, San Miguel el Alto, San Julián y Jalostotitlán.

² Fundada el 31 de marzo de 1563, Lagos de Moreno es una ciudad media. Según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2010) tiene una extensión territorial de 2.648 km² (14 veces más grande que el municipio de Guadalajara, Jalisco), con una población de 153.817 habitantes, de los cuales 64% habitan en la zona urbana y 36% en la rural.

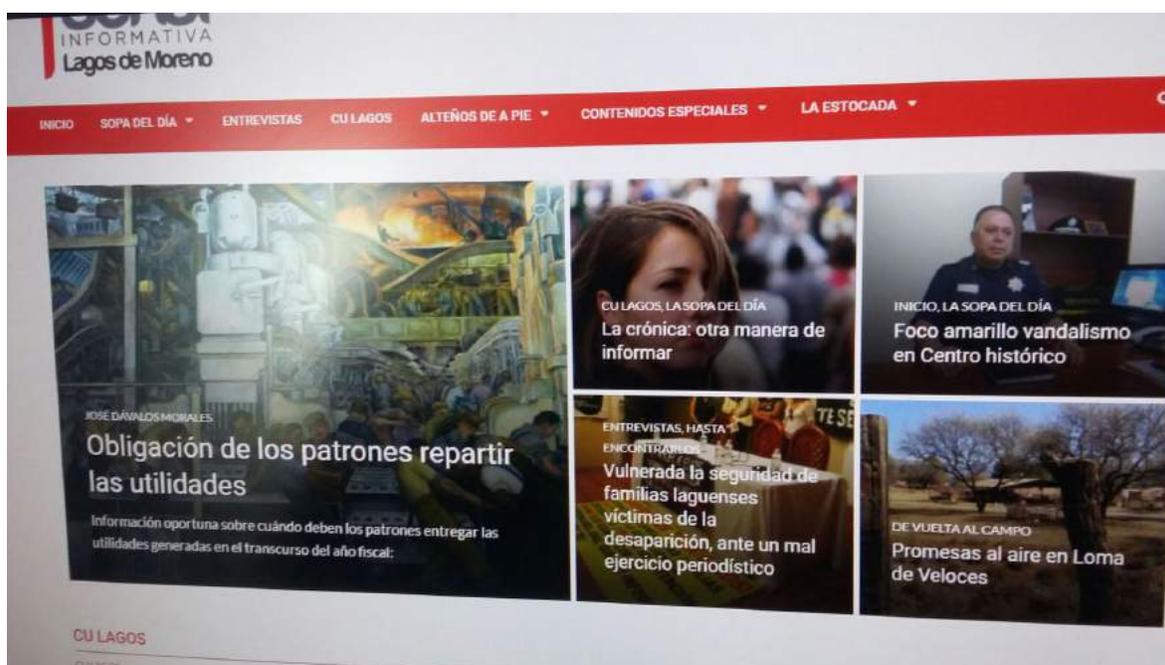
tecnología, cultura y universidad), una barra de opinión y análisis, así como la mención de los titulares del día a nivel estatal, nacional e internacional.

No obstante, los hallazgos tecnológicos que impactan también al ejercicio periodístico, nos exigen atender a un nuevo público, esos llamados nativos y migrantes digitales que ya difícilmente sintonizan un aparato radiofónico, sino antes bien, descargan PodCast, se mantienen conectados en su mayoría a sus dispositivos móviles, consumiendo productos multimedia mientras opinan, emanan información e interactúan. En resumen, era necesario que la redacción de Radio UdeG Lagos, productora –además de otros 33 programas culturales- del noticiario *Señal Informativa Lagos*, evolucionara a un proyecto integral en el que ahora el centro y eje de sus esfuerzos, fuese el periodismo digital.

Ante tal necesidad, y como proyecto de maestría de quien elabora este documento, nace el sitio web <http://www.senalinformativagalos.com/>, un espacio de periodismo digital -el cual presentaremos aquí paso a paso- cobijado por el SURTyC, motivo por el cual se tiene cubierto el tema de equipamiento, infraestructura y sueldos del personal, sin que ello ponga en juego su objetividad, profesionalismo e ímpetu autogestivo, pues aunado a ello, también incluye un proyecto de ingresos propios en su modelo de negocios, todo ello con el ambicioso propósito de ir conformando una redacción integrada que atiende las demandas de la audiencia de hoy, pero con el rigor periodístico de ayer.

1.2 Descripción general del proyecto

Señal Informativa Lagos es un sitio web especializado en periodismo local y regional con sede en Lagos de Moreno, Jalisco, perteneciente a la redacción integrada de Radio Universidad de Guadalajara, XHUGL 104.7 de FM. Su nombre es igual a la versión radiofónica del espacio, pero sus productos noticiosos se empaquetan bajo un tratamiento multimedia.



Padilla, Y. (22 de noviembre del 2017). Captura de pantalla de la página de inicio [Señal Informativa Lagos]. Recuperado de <http://senal.informativa.lagos.mx>

CARACARA COMÚN: UN FALCÓNIDO TAN BELLO COMO OPORTUNISTA

Avistamiento de Aves en Lagos de Moreno y sus alrededores, séptima entrega

Por Radio UdeG Lagos de Moreno · 26 diciembre, 2017 · 203 · 0



Por Roberto Castelán López



El caracara, conocido también como **quebrantahuesos americano**, es un ave sumamente rara por su morfología y ecología. **Es el miembro más extraño de la familia de los falconidos, ya que su aspecto y sus hábitos son diferentes a los de un halcón estándar.** De hecho, si uno lo observa ya sea volando, perchado o en el suelo, y no tiene mucho conocimiento acerca de aves, estará en duda si clasificarlo como un águila, un zopilote, o la combinación de ambos.

Caracara cheriway es la especie presente en el estado de Jalisco y **tuvo problemas con su taxonomía hace unos años, debido a su similitud con otras especies del mismo género.** Sus extremidades posteriores son largas y amarillas; el pico, la cabeza y el cuello también son largos. Aunque su cuerpo es relativamente robusto la coloración varía entre

Radio UdeG Lagos de Moreno (26 de diciembre del 2017). Caracara común: un falcónido tan bello como oportunista [UDG TV].

Recuperado de <http://udgtv.com/noticias/lagos-de-moreno-noticias/caracara-comun-falconido-tan-bello-oportunista/>

Además, cuenta con secciones inéditas no contempladas en la versión tradicional del medio, como “Tirando barrio”, “De vuelta al campo”, entre otros. Su sello distintivo es darle voz al ciudadano de a pie en la orden de información, haciéndolo actor principal de la noticia.



Canal 44 TV
Hace 40 segundos

El cierre de escuelas busca ejercer presión y pedirle al gobernador Enri Alfaro Ramírez, que se reúna con la autoridades tradicionales de la etnia resuelva las graves carencias existe



Tweets por @CANAL44TV

Canal 44
@CANAL44TV

#SeñalInformativa Jazmin Estefani Rosa Flores, Alondra González Quintarte, Jimena Guadalupe Camarena Garcia y, est de prepa en Jocotepec, nos hablan sobre si ganado en Colombia, participando en una competencia de proyectos.



Insertar

V

Objetivo general

Construir un sitio web incluyente, de contenidos periodísticos serios, objetivos y multimedia, que hagan partícipe al ciudadano laguense valiéndose de redes sociales y otros vínculos.

Objetivos específicos

- Ser el primer proyecto de periodismo digital en Lagos de Moreno, que atienda a la población migrante y nativa digital con información objetiva, productos periodísticos endógenos, sin replicar el boletín del ayuntamiento.
- Distinguirnos por nuestras investigaciones especiales en torno a problemas de actualidad –desapariciones, violencia de género, diversidad sexual, etc.-, presentadas de una manera digerible, atractiva y estética.
- Actualizar las formas de trabajo del equipo periodístico de Radio UdeG Lagos, evolucionando de una redacción tradicional a integrada.
- Integrar, de manera regular, audio a nuestros productos periodísticos para ser accesibles a los débiles visuales.

Misión

Somos un medio de comunicación digital que ofrece productos y servicios informativos originales destinados a: informar y analizar con veracidad y objetividad aspectos de la realidad social, política, económica, científica y cultural, para la población de Lagos de Moreno, la región de los Altos Norte de Jalisco y sus ciudades de impacto, con fines de

fomentar el derecho a la información y la cultura *prosumer* responsable, es decir, promoviendo a través de diversos mecanismos, la participación del usuario como productor de contenidos y consumidor de contenidos de otros internautas.

Visión

Nuestra institución está posicionada como la principal productora de servicios informativos digitales multimedia en Lagos de Moreno y su zona de influencia, donde es percibida como un referente obligado para conocer la actualidad de la misma.

- Reconocemos a la libertad de prensa como uno de los caminos más importantes para la consolidación de una sociedad democrática.
- Somos el principal medio de Lagos de Moreno que ejerce el periodismo libre e independiente, sin estar bajo el yugo de los medios masivos de comunicación.
- Continuamos con los apoyos del SURTyC y CULagos, pero también generamos ingresos propios sin lastimar el profesionalismo, ni la objetividad de nuestros productos periodísticos.
- Gestamos productos periodísticos originales con reporteros de a pie.
- Después de un año de estar en la red, contamos con la versión en inglés de nuestro sitio.

1.3 Justificación y relevancia social del proyecto

Una problemática severa en materia informativa en Lagos de Moreno es que, si bien ya existían varios medios impresos y otros tantos digitales, éstos fueron creados expreso para publicar los boletines y las declaraciones de los gobernantes en turno; campañas políticas de candidatos en temporada electoral; la llamada “nota roja”; el golpeteo entre partidos contrarios, y la venta de publicidad.

Había una enorme necesidad de crear un espacio que tomara en cuenta nichos de oportunidad como son las notas de análisis económico, financiero y político, importantes para Lagos de Moreno y su zona de influencia. Normalmente los productores de esta región, en su mayoría agroindustriales, no cuentan con información y análisis de primera mano, pues la constante de los medios ya existentes, era solamente tomar ventaja de la explotación del morbo que producen los pleitos entre políticos y las notas de crímenes y accidentes. También descuidaban las notas relacionadas con los beneficios que una buena alimentación, una administración adecuada del hogar, la lectura y la asistencia a actividades culturales pueden tener para una mejor sociedad.

Respecto al trabajo digital, en la ciudad era necesario un sitio web que verdaderamente diera su lugar a los elementos multimedia en el tratamiento de sus notas, y no que simplemente se replique en pantalla la versión impresa de un diario. El trabajo que hoy por hoy realiza *Señal Informativa Lagos*, es trascendente porque su principal reto es darle voz a las personas de la comunidad que le ocupa, cuya población ha sido menospreciada por sus gobernantes y vulnerable al impacto del crimen organizado.

Nuestro sitio cubre importantes necesidades sociales al visibilizar problemáticas con base al periodismo de investigación, como ningún medio de la ciudad lo hace, convirtiéndose en el único periódico digital que busca la verdad para las víctimas de la desaparición forzada, los asesinatos impunes, la trata de niños, niñas, adolescentes y mujeres, la discriminación y desigualdad social, los feminicidios, etc., además de procurar la accesibilidad de nuestras entradas para los débiles visuales.

Principios editoriales y éticos del medio

Señal Informativa Lagos tiene un serio compromiso con sus audiencias y está al servicio de ellas. Cada miembro del equipo: reporteros, directivos, jefes de información, productores, columnistas, webmistress o webmáster, diseñadores, editores, prestadores de servicio social, practicantes, voluntarios, y todo el personal involucrado en el proceso creativo radiofónico, de nuestra versión digital y nuestras redes sociales, para la creación y difusión de información, sabrá que su trabajo se debe, es, está concebido para servir al otro, al público y a lo público, y su ejercicio periodístico atenderá a este código.

Para *Señal Informativa Lagos*, las fuentes no son seres anónimos, aunque en ocasiones se deba conservar su anonimato. Las fuentes son seres humanos a los cuales una indiscreción del periodista o un mal manejo de la información los pueden exponer a todo tipo de represiones, que pueden ir desde la crítica familiar, la sanción o el despido laboral, o hasta poner en riesgo su propia vida. Por eso, también en nuestra labor es imprescindible revisar la “confiabilidad” de la fuente, ya que muchas personas no son conscientes del riesgo al que pueden exponerse y se apresuran a dar la información que el periodista quiere oír. Así mismo, es muy importante “cruzar” la información de diferentes fuentes, aceptando las opiniones contrastantes.

El colaborador de *Señal Informativa Lagos*, estudia para hacer su trabajo de manera acuciosa, crítica y responsable y no seguir únicamente las fuentes que le son indicadas por el director editorial o el jefe de información.

En *Señal Informativa Lagos*, la relación entre compañeros está basada en el respeto, la honestidad y la solidaridad haciendo a un lado la envidia, la competencia descarnada en la carrera por la nota y cualquier otra acción que vaya en demérito del trabajo en equipo. Sabrán que todo trabajo es perfectible y ni el éxito económico o el reconocimiento social deben hacerle pensar que ya no tiene nada qué aprender de su profesión.

Señal Informativa Lagos es un medio local, y a través de sus distintos canales, aspira a ser una referencia obligada en la opinión sociopolítica del laguense y de los habitantes de los

Altos Norte de Jalisco, tomando en cuenta los siguientes compromisos que responden a la objetividad, libertad y responsabilidad:

De la objetividad y las fuentes

1. Toda labor de los colaboradores de *Señal Informativa Lagos* estará orientada al servicio del otro, quien necesita estar informado con objetividad y veracidad. La opinión y las creencias de cada miembro del equipo, no deben imponerse a las de la audiencia.
2. En el ejercicio de su labor, los colaboradores deberán cuidar sus fuentes, no exponerlos a actos que los perjudiquen por la información que por su conducto hicieran pública.
3. Siempre deberán revisar la veracidad de sus fuentes. “Ganar” una nota no es pretexto para publicar información dudosa o no confirmada.
4. Siempre deberán tener la opinión de diversas fuentes, la información que proviene de una sola no es una información objetiva.
5. La objetividad de las notas de *Señal Informativa Lagos*, estará dada por un buen manejo y análisis de las fuentes, no dictada por los intereses externos del medio informativo.

Del profesionalismo y relación entre compañeros

6. El respeto absoluto al trabajo de los compañeros está por encima de la consecución de una información.
7. El colaborador procurará la originalidad y la constante renovación de sus notas. El hacerse especialista no lo debe llevar a repetirse ni a menospreciar el trabajo de sus compañeros.

8. Toda la información que se transmita es perfectible. Ninguna nota está totalmente acabada ni contiene la última palabra sobre el tema tratado.

9. Ninguna nota debe acomodar la información contenida para satisfacer los criterios del director editorial o del jefe de contenidos los cuales insinúen garantizar la permanencia del colaborador en el medio.

10. El colaborador es consciente de la responsabilidad que su trabajo tiene sobre la vida y las decisiones que otros toman y que a su vez impactan a otros.

11. Los colaboradores no deberán aceptar regalos que desencadenen un conflicto de interés en su ejercicio periodístico, y de ser así, deberá informarlo a la brevedad a la junta editorial.

De la confidencialidad y el uso de redes sociales

12. El material generado por los colaboradores durante su desempeño en *Señal Informativa Lagos* (bien sea texto, fotografía, video, audio o diseño gráfico) no podrá ser usado antes de ser publicado en nuestros canales oficiales de información (sitio web, radio y redes sociales).

13. El colaborador de *Señal Informativa Lagos*, podrá compartir en sus redes sociales los trabajos periodísticos que en este medio se generen, después de que se hayan cumplido los protocolos de publicación del medio, referenciando el material atendiendo las normas de derechos de autor, como propiedad de *Señal Informativa Lagos*.

14. Debido a la agilidad con que el usuario de internet puede asociar los blogs y redes sociales de los colaboradores de *Señal Informativa* con la imagen de este medio, si bien están en su derecho de publicar reflexiones periodísticas a sus blogs y páginas externas, no deberán publicar información obtenida a través de su trabajo en *Señal Informativa Lagos*, ni manifestar a través de las redes oficiales del medio su inclinación o detracción por candidatos o partidos políticos. Tampoco podrán difundir información no pública generada en este medio, para su beneficio personal.

15. Las redes sociales oficiales de *Señal Informativa Lagos* serán a través de Facebook: <https://www.facebook.com/silagosudg/>, Twitter: @silagosudg, mismas que tendrán la función de fuente informativa para dar avisos de última hora y como fuente de socialización de los contenidos de nuestro sitio web, lo que redundará en un mayor tráfico al mismo.

16. En punto de las 07:00hrs., se publicarán las 5 notas de la sección “Ciudad” e infografías relevantes; a las 09:00hrs., la sección de opinión; a las 12:00hrs., información del CULagos y secciones especiales, guardando las formas de nuestra guía de estilo y redacción para el sitio web.

17. Cuando existan fallas de redacción o se haya publicado algún dato falso o erróneo, se deberá publicar inmediatamente una fe de erratas, refiriendo la entrada que tiene el error de raíz.

18. La interacción con la audiencia por medio de redes sociales, deberá ser inmediata. Si el usuario publica algún dato relevante y hemos comprobado su veracidad, compartirlo dándole el crédito.

De nuestra línea editorial

19. Se respetará la privacidad de los personajes públicos, si el hacerlo no compromete al derecho a la información.

20. El derecho a réplica se tomará en cuenta, máxime si los sujetos aludidos en alguna publicación de *Señal Informativa Lagos* comprueban que se dijo alguna mentira u omisión de información en su perjuicio.

21. No se cometerá plagio alguno en forma total o parcial. Para referir o valerse de los productos periodísticos de algún otro medio o de alguna dependencia del Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía de la Universidad de Guadalajara (SURTyC), se citará o dará el crédito de manera puntual.

22. Nuestro ejercicio periodístico no contempla el amarillismo ni la nota roja. Antes bien, damos lecturas serias y académicas a las problemáticas sociales que aquejan a los habitantes de Lagos de Moreno y sus ciudades de influencia.

23. Cada uno de los colaboradores deberá velar por la credibilidad de *Señal Informativa Lagos*, evitando agredir o enaltecer a partidos o personajes políticos, o perder la objetividad en una nota, reportaje, entrevista, etc.

24. Todo lo contemplado con lujo de especificación en este código, deberá ser tratado en la Junta Editorial de *Señal Informativa Lagos*.

25. En cuanto a nuestro sitio web, la interactividad y comentarios públicos de nuestros usuarios, no son responsabilidad de *Señal Informativa Lagos*. Éstos serán respetados por la unidad responsable, sin ser eliminados o modificados siempre y cuando no se salgan de contexto, no se maneje el insulto y no sean publicidad franca o entre líneas.

26. Como principal referente de la lengua, usamos el Diccionario del Español de México – DEM– y solo se cita a la RAE cuando se agotaron los referentes académicos nacionales. El uso de lenguaje coloquial, palabras extranjeras o altisonantes, se usarán sólo si el contexto del producto periodístico lo justifica.

Capítulo 2. Contextualización del Proyecto

2.1 Análisis del contexto

Características sociodemográficas del entorno social de *Señal Informativa Lagos*

Señal Informativa Lagos tiene su redacción integrada en Lagos de Moreno, en las instalaciones del Centro Universitario de los Lagos de la Universidad de Guadalajara, sobre la calle Enrique Díaz de León #1144, colonia Paseos de la Montaña.

Fundada el 31 de marzo de 1563, la Villa de Santa María de los Lagos, hoy Lagos de Moreno en honor al ilustre insurgente Pedro Moreno, está localizada en la región Altos Norte del estado de Jalisco. Históricamente, la ciudad tiene una ubicación privilegiada: por ella pasa el Camino Real de Tierra Adentro y actualmente es un corredor comercial, agrícola, ganadero e industrial de Jalisco, Guanajuato, Aguascalientes y San Luis Potosí.

Según el Instituto de Información, Estadística y Geografía del Estado de Jalisco (IIEG, 2012, pág. 8), Lagos de Moreno cuenta con una superficie de 2,797 km², lo que lo convierte en el tercer municipio más grande de Jalisco. La infraestructura de este territorio comprende 291.7 kilómetros de carretera y 496.7 kilómetros de caminos rurales. Los servicios en localidades que rebasan los 2500 habitantes, suman cinco cementerios, 96 escuelas, tres palacios o ayudantías, 26 plazas, cinco mercados, 18 centros de salud y 40 templos. Según la Encuesta Intercensal 2015, la ciudad tiene 164, 981 habitantes, de los cuales 80,582 son hombres y 84,399, mujeres, concentrándose el 64% de la población en la zona urbana.

Recordemos que Jalisco tiene una antigua tradición migratoria a los Estados Unidos de Norte América que data desde el S.XIX. Se calcula que 1.4 millones de jaliscienses habitan en el país vecino, y que 2.6 millones de personas nacidas en él, son hijos e hijas de jaliscienses. Según el Censo de Población y Vivienda 2010, Lagos de Moreno tiene un alto Índice de Intensidad Migratoria:

Los indicadores de este índice señalan que en Lagos de Moreno el 10.23 por ciento de las viviendas del municipio se recibieron remesas en 2010, en un 6.33 por ciento

se reportaron emigrantes del quinquenio anterior (2005-2010), en el 2.76 por ciento se registraron migrantes circulares del quinquenio anterior, así mismo el 5.02 por ciento de las viviendas contaban con migrantes de retorno del quinquenio anterior. (CONAPO, 2010, parr. 1).

Respecto a los índices de pobreza, se considera que en Lagos de Moreno el 43.4% de la población vive en situación de pobreza, lo que equivale a 70 mil 720 personas. De igual manera, 32.4% de los habitantes (52,847 personas) sufren vulnerabilidad por carencias sociales. Así mismo, el 7.1% de los habitantes de esta ciudad aleña son vulnerables por ingresos, mientras que solamente el 17.1% de la población no sufre pobreza ni vulnerabilidad.

Un punto a destacar es el preocupante número, -aunque se reporte como bajo- de personas en condición de pobreza extrema, el cual asciende las 9 mil 849 personas concentradas en su mayoría en la zona norte del municipio, específicamente en la delegación de Los Azulitos; y las 60,872 personas que se encuentran en pobreza moderada. Solo 89 mil 305 habitantes cuentan con acceso a seguridad social.

En cuanto a la economía, la distribución de las unidades económicas, Lagos de Moreno tiene 6,511 unidades económicas a 2014, de las cuales el 46.6% está dedicada al comercio; el 42.2% a los servicios; el 11% a la industria, y el 0.1% a la agricultura, yendo esta actividad a la baja, representando apenas e. 2.6% de la producción agrícola total del estado; mientras que la ganadería va al alza, representando el 11.5% de la producción ganadera estatal.

La ciudad tiene una baja participación electoral con apenas el 50.59% de participación del total de empadronados, lo que lo sitúa en el lugar 113 de los 125 municipios, y en el lugar 14 en materia de cumplimiento de obligaciones de transparencia, con una calificación de 48.79%.

Número de usuarios de Internet en el país y la región

Según el 13° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México³ (Asociación de Internet.mx e INFOTEC, 2017), a finales del año 2016, México alcanzó los 70 millones de usuarios de Internet, lo que implica el 63% de penetración entre la población mexicana a partir de los seis años.



Asociación de Internet .MX (2017). *Usuarios de internet en México 2006-2016* [Gráfico]. Recuperado de file:///C:/Users/RadioUdG/Downloads/Estudio_+Habitosdel_Usuario_2017.pdf

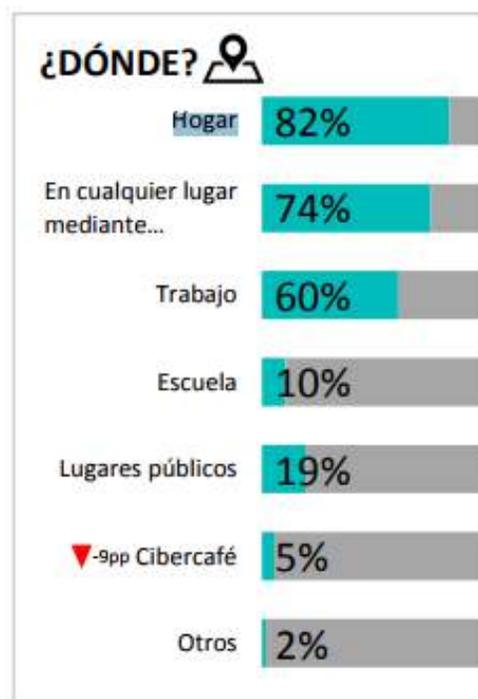
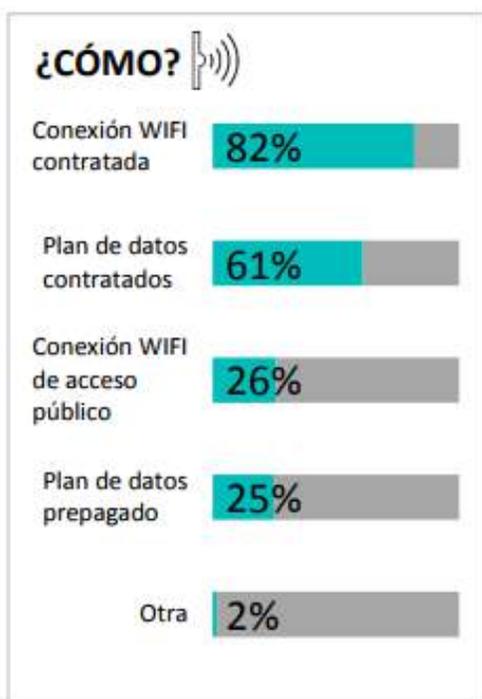
Cifras en millones calculadas por INFOTEC y Asociación de Internet MX, con base en información de CONAPO (111 millones de habitantes de 6 años en adelante en México) e INEGI

Así mismo se alcanzado una madurez en los usuarios, ya que siete de cada 10 internautas mexicanos están en línea desde hace ocho años. El principal obstáculo sigue siendo la velocidad de navegación, no obstante, las taras en el uso de internet para los usuarios de mayor edad refieren al conocimiento y uso, mientras que para los de menor edad, es el costo.

³ Estudio anual realizado desde 2004, en el marco del Día Mundial de Internet, patrocinado por la Agencia de Medios Digitales Pulpo, y elaborado por Elogia.

En México hay dos periodos de mayor tráfico en Internet: durante la comida, de 14:00 a 16:00 horas, y al final de la jornada laboral, de las 21:00 a 24:00 horas. Además, el 52% de los usuarios de Internet tienen acceso a conectividad las 24 horas del día.

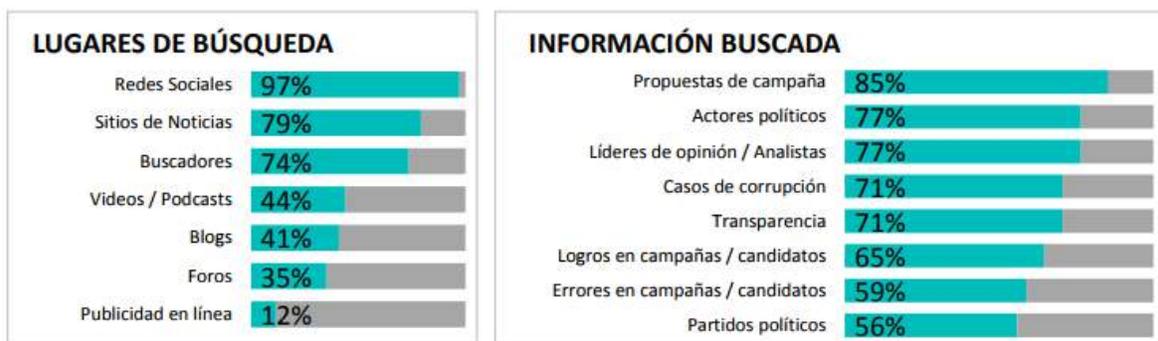
En este 2017, el mexicano está conectado a Internet, en promedio, ocho horas con un minuto al día, lo que implica 47 minutos más que el año pasado. En cuanto a sus hábitos de conexión, sigue predominando el hogar vía dispositivo móvil. Cada vez menos personas hacen en los cibercafé, debido a que se ha popularizado el plan de datos en los teléfonos inteligentes. Nueve de cada 10 usuarios adquirieron una laptop y un teléfono inteligente, y en la misma medida que crece el uso de tabletas, disminuye el de las computadoras personales.



Asociación de Internet .MX (2017). *Hábitos de consumo* [Gráfico]. Recuperado de file:///C:/Users/RadioUdG/Downloads/Estudio_+Habitosdel_Usuario_2017.pdf

Base, 1626 entrevistas

Por su parte, las redes sociales (RS) encabezan la lista de las actividades en línea, seguido de sitios de noticias. Se posicionan también las actividades como mailing y búsqueda de información. Las compras y las finanzas en línea, también tomaron delantera, siendo el segmento joven quien apuntala estos cambios en los hábitos de consumo.



Asociación de Internet .MX (2017). *Actividades online* [Gráfico]. Recuperado de file:///C:/Users/RadioUdG/Downloads/Estudio_+Habitodel_Usuario_2017.pdf

Base, 452 entrevistas

En este estudio 2017, seis de cada 10 entrevistados, consideran que internet los acerca a los procesos democráticos en México, predominando el interés por los procesos electorales. Los internautas desean encontrar en redes sociales las propuestas de campaña del 2018.

Actualmente, solo un tercio de los usuarios de internet dan clic en los anuncios publicitarios, siendo el turismo, la ropa y el calzado los tópicos más socorridos. Sin embargo, el marketing de contenidos cobra mayor importancia en los usuarios.

Casi el 50% de los usuarios adquirieron bienes o servicios por internet después de ver un anuncio.

Facebook sigue a la cabeza de las redes sociales en México, aunque Instagram, LinkedIn y Snapchat, reportan un importante crecimiento, siete puntos más que en 2016. Del total de tiempo de los usuarios en internet, el 38% lo pasan en redes sociales, siendo el teléfono

inteligente el principal aparato por el que se accede a ellas, pues ocho de cada 10 usuarios los utilizan.

Según el mismo estudio, podríamos adjudicar el crecimiento de usuarios en RS a los teléfonos inteligentes, máxime si hablamos de redes que nacieron solo para usarse en móviles, como lo son Snapchat, Waze e Instagram; mientras que las computadoras se centran a RS más específicas o profesionales, como Slideshare, LinkedIn y Flickr.



Asociación de Internet .MX (2017). *Redes sociales utilizadas* [Gráfico]. Recuperado de file:///C:/Users/RadioUdG/Downloads/Estudio_+Habitosdel_Usuario_2017.pdf

Base, 1626 entrevistas

Ahora bien, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2010, parr. 8) nos dice que Jalisco cuenta con poco más de 3 millones de internautas, lo que lo sitúa como la tercera Entidad Federativa, con mayor número de Internautas, sólo después del Estado de México y del Distrito Federal. En Jalisco tres de cada 10 hogares cuentan con computadora, de las cuales 76% poseen conexión a internet.

Tendencias globales sobre el periodismo digital

La World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA, 2016, párr. 1) asegura que en el mundo 2,700 millones de adultos aún leen el periódico impreso. No obstante, el lector digital de noticias va en aumento, a tal grado que, en 2015, en algunos países primermundistas los usuarios digitales consumidores de noticias, superaron en número a los lectores tradicionales. Actualmente se estima que, el 40% de los usuarios de Internet son asiduos a periódicos en línea.

Por su parte, la Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas (ADEPA, 2016) nos comparte un significativo resumen del Congreso de la Asociación Mundial de Periódicos, realizado en junio de 2016 en Cartagena de Indias, concluyendo que el diario impreso continúa manteniendo a la industria periodística, abarcando el 92% de los ingresos del ramo en 2015. Aseguran que la evolución hacia lo digital no es tan rápida como pareciera y sigue ausente el modelo sustitutivo.

Los ingresos generados por los periódicos, aún son muy significativos, habiendo generado 168 mil millones de dólares en 2015. Dichos ingresos por circulación superan a los provenientes de publicidad. Está por encima de lo generado por las industrias del cine, la música y el libro. Pese a ellos reporta pérdidas de un 1,2% en comparación con 2014.

El periódico impreso abarca el 12% de la publicidad global, 37% TV, 30% Internet, siendo América Latina el escenario más estable del periodismo tradicional. Así mismo, se reporta una estabilidad en la circulación global, incluso un incremento del 21% en los últimos 5 años, correspondiendo un 4,9% en 2015. Este rubro se ve nutrido por países como China y la India, representando la increíble cifra de 62% del total de la circulación global.

El escenario de la circulación cambia en el primer mundo y son ellos los que guían la tendencia. Europa y Norteamérica suman una disminución del 23% en los últimos cinco años. En contraste las suscripciones digitales van *in crescendo*, 30% en 2015, y más del 500% de 2010 a la fecha. Pese a ello, apenas significa el 3% de los ingresos totales. Los bloqueadores de anuncios sabotearon a la publicidad digital causando pérdidas de 22 mil millones de dólares en 2015 y el doble de ello en 2016.

Los hábitos de consumo de noticias se inclinaron a los teléfonos inteligentes de manera exponencial, alcanzando el 50% de usuarios de internet en países primermundistas, lo que provocó que sus redacciones dieran primacía a contenidos hechos expresamente para dispositivos móviles. La realidad virtual aún no es un hecho en el periodismo, pero ya está en la fase de experimentación en varias redacciones.

El modelo de negocios de los medios líderes, se centrará en su capacidad de innovar y reinventarse. No solo se aspira a aumentar el número de visitantes a las plataformas, sino que se trabajará dura en la permanencia y recurrencia. Finalmente, 2018 se vislumbra como la era de productos de primera, segunda y tercera, puesto que el 80% de todos los contenidos digitales tendrán un costo. Adiós al acceso gratuito. Si la tendencia está ahí, ahí deberá estar el negocio. Por supuesto que también se fortalecerán los proyectos que se sigan pensando para el papel, pues como se mencionó anteriormente, sigue siendo redituable (ADEPA, 2016, párr. 11).

2.2 Análisis de la oferta y la demanda

Características de los usuarios a los que se dirige *Señal Informativa Lagos*

Durante la primera mitad del 2016, en Lagos de Moreno, diseñamos y aplicamos un instrumento como parte del estudio de diagnóstico del periódico digital *Señal Informativa Lagos*. Se aplicaron un total de 90 encuestas, de las cuales, 30 fueron para jóvenes entre 15 y 18 años; 30 a jóvenes entre 19 y 24 años y 30 a adultos entre 25 y 40 años. La mayoría de ellos estudiantes de escuelas públicas o trabajadores. De ahí extraemos los siguientes resultados:

De los jóvenes entre 15 y 18 años, el 50% tiene computadora en casa; el 28% tiene computadora propia, el 18% renta computadora en los cibercafés, y el 5% accede de otras maneras a una computadora. Así mismo, el 50% cuenta con un Smartphone, el 20% con una Tablet, y el 30% no cuenta con telefonía celular inteligente.

De los jóvenes entre 19 y 24 años, el 27% tiene computadora compartida en casa, el 70% tiene computadora propia, y el 3% la renta en un cibercafé. El 77% tiene teléfono inteligente, el 20%, Tablet, y el 2% tienen un celular sencillo.

De los adultos entre 25 y 40 años, el 100% de los encuestados tiene computadora personal, el 83% tiene Smartphone, y el 17% tiene un celular sencillo.

Nuestro perfil de usuario es el joven adulto entre 20 y 45 años de edad, con un mínimo de estudios básicos, activo socialmente, de pensamiento liberal, consumidor de arte y cultura, pendiente de la democracia, y buen usuario de las redes.

Oferta de medios tradicionales y en línea en la región donde surgió el medio

El único periódico impreso que subsiste hoy en día en Lagos de Moreno, es justamente el más antiguo, *Noticias de la provincia*. Existen publicaciones impresas esporádicas de los directivos de algunos medios digitales, cuyo escenario a nivel local es dominado por los siguientes proyectos:

Nombre del proyecto	URL
Región 12	http://www.region12.com.mx/
NotiAltos	http://notialtos.com.mx/
El Circo	https://www.noticieroelcirco.mx/
El Río	http://www.elrio.mx/
Testigo News	http://testigonews.com.mx/
El Cartón	http://periodicoelcarton.com/
Debajo de la lupa (grupo de Facebook)	https://www.facebook.com/debajodelalupa.lagos/

En la mayoría de estos sitios se trabaja con un grupo (variado en número según el caso) de periodistas, editores, diseñadores, informáticos, productores, escritores, etc. La mayoría de estos sitios utilizan la tecnología de Wordpress, son híbridos, de convergencia digital a través de la incorporación de textos, videos y fotografías. El financiamiento que prevalece es el privado por medio de anuncios, publicitando bares, ropa y bebidas.

Oferta de los sitios considerados la competencia más directa

Para conocer su oferta periodística, navegamos en sus sitios varias veces durante varios días, desde diferentes ópticas que podemos llamar “imaginarias” dado que ellas se hicieron a partir de usuarios imaginarios, pensando en sus necesidades, en sus formas de búsqueda, en sus edades, en sus prácticas y gustos culturales. A los sitios se les sometió a diversas preguntas y se intentó revisar cada uno de las partes que los componen, cómo y por qué fueron pensadas y se contrastaron con los distintos usuarios imaginarios.

Los sitios con los que se realizó este trabajo fueron: *Región 12* y *NotiAltos*, encontrándose en ellos algunas coincidencias y varias diferencias las cuales nos permitieron cotejar, también sirviéndonos de usuarios imaginarios, las posibilidades de nuestro proyecto frente a las necesidades de nuestras audiencias. Los resultados que presentamos son los siguientes:

a) Lo que otros sitios tienen o no tienen:

El sitio *Región 12* tiene una conexión regular en social media, con presencia Facebook y YouTube. Tiene un buen equipo en número de reporteros, lo que le permite destinarles temas de especialización a cada uno de ellos. Su sitio web se carga relativamente rápido, aunque carece en todo sentido de estética. Así mismo también agrega información nacional e internacional dando créditos a periódicos tales como *El Universal*.

No tiene una sección de opinión de jóvenes para jóvenes. No tiene un proyecto serio de análisis sociopolítico. Carece de un sistema de archivo accesible para los usuarios. Es evidente la falta de un corrector de estilo.

El sitio *NotiAltos* tiene una edición impresa irregular de modesto tiraje por medio de la cual atraen visitantes a su sitio y viceversa. Cuenta con varios puntos de distribución en la ciudad. Sus contenidos no son atractivos para un público joven y carece de producción multimedia.

b) Lo que les funciona:

A *Región 12* probablemente el tener como “primera plana” la llamada “nota roja”. Que, gracias a su buen número de reporteros, hace un manejo de redes sociales funcional.

Al sitio *NotiAltos* le funciona sus contactos dentro del Ayuntamiento de Lagos de Moreno y municipios aledaños, lo que le permite manejar información amarillista de manera oportuna, lo que lamentablemente suele ser atractivo.

c) Lo que no les funciona:

Al sitio *Región 12* no le funciona la nula atención que tienen hacia los productores agroindustriales.

Lo que no le funciona al sitio *NotiAltos* es su nula atención a nichos de oportunidad como son las notas de análisis económico, financiero y político. No respeta sus propias secciones. Ha habido notas policíacas dentro de su sección “Sociales”.

d) Lo que buscan los sujetos y no encuentran:

En ambos casos:

Textos bien escritos, sin faltas de ortografía, errores de redacción y de información.

Secciones bien definidas.

Productos multimedia.

Notas sin tinte amarillista.

Productos informativos de jóvenes para jóvenes.

Seguimiento a la información presentada como nota roja.

e) Lo que buscan los sujetos y sí encuentran:

En ambos casos:

Imágenes explícitas de nota roja.

Chismes de políticos.

Información policiaca rápida y oportuna.

Notas preventivas de eventos culturales.

Boletín informativo del ayuntamiento de Lagos de Moreno y ciudades aledañas.

2.3 Validación e innovación del proyecto *Señal Informativa Lagos*

Los diagnósticos del contexto nos sirvieron para verificar la viabilidad del proyecto, pues como lo decimos en la justificación del mismo, la ciudad donde se inserta está carente de periodismo serio.

a) Lo que propone el periódico digital *Señal Informativa Lagos*:

Periodismo confiable, objetivo y multimedia que da voz a las personas de la comunidad que nos ocupa, y a los sectores más vulnerados y marginados de la región.

Lo que tiene

1. El **deseo** de los usuarios a los que va dirigido, pues de la encuesta que hicimos y detallamos en la descripción de nuestros usuarios, el 33% del Grupo 1 está interesado en páginas web de periodismo digital, el 60% en el caso del Grupo 2, y el 80% en el caso del Grupo 3. Así mismo, un buen porcentaje de los encuestados manifestó un gran interés por sitios web, revistas, blogs o productos locales que traten con seriedad los problemas actuales de la región: 60, 87 y 90% respectivamente; y también mostraron especial interés por visitar un sitio web que les ofreciera noticias, reportajes, videos, música y distintas producciones multimedia que hablen de su ciudad, contestando un 61, 72 y 91% que lo visitarían de manera frecuente.
2. La **posibilidad** de que los usuarios acceden a nuestro sitio. De acuerdo a nuestro estudio, el 91% de los encuestados tiene computadora propia o la comparte con su familia, y el resto pueden acceder a una en la escuela o bien rentándola; el acceso a telefonía celular inteligente corre una suerte parecida, y de igual manera las horas de conectividad.
3. Además de ello, tenemos:

- I. Un buen diseño gráfico de nuestro sitio. Nuestra plataforma es amigable para distintos dispositivos, fácil de navegar, con aires que evitan la saturación de la pantalla.
- II. Secciones interesantes, específicas y atractivas para el usuario objetivo, mismas que se describen más adelante.
- III. Actualización diaria de nuestros contenidos.
- IV. Productos periodísticos de largo aliento
- V. Atención al público que desatiende la competencia: jóvenes y personas con un pensamiento más liberal.
- VI. El respaldo del Sistema Universitario de Radio y Televisión de la Universidad de Guadalajara.
- VII. Un equipo de trabajo comprometido con el periodismo que busca la verdad.
- VIII. Conexión en social media.

b) Lo que no tiene

1. Una versión impresa que anteceda mi proyecto digital y me brinde experiencia.
2. Grandes marcas que patrocinen mi sitio.
3. Suficiente personal para atender cada una de las áreas de trabajo.

c) Lo que los sujetos (audiencias) quieren o necesitan

1. Notas editadas a manera de video

2. Galerías fotográficas
3. Artículos sencillos y en extenso
4. Podcast variados

c) Lo que podría funcionar

1. La basta cobertura de temas en la versión tradicional de Radio UdeG Lagos, puede ser traducida a lenguaje multimedia para nuestro portal digital.
2. La apertura a fomentar la cultura *prosumer*.
3. El siempre tener titulares distintos a la competencia, debido a que no tenemos acuerdos con ningún nivel de gobierno.

d) Lo que no podría funcionar

1. El posible desinterés de la población por noticias diferentes al cotidiano de la política local y las notas policiacas.
2. La diversidad laboral del equipo de trabajo y otras responsabilidades que tienen con el medio radiofónico del que dependen.
3. Para algunas funciones tendremos que recurrir a prestadores de servicio social lo que puede no garantizar continuidad e interés en su trabajo.
4. Debido a los bajos salarios, se dificulta la contratación de un equipo de periodistas expertos en multimedia y se tiene que recurrir a estudiantes a los cuales hay que invertir en formación.
5. La mala conectividad en algunas zonas rurales.

Así mismo, como nuestra estrategia de marketing de contenidos se orientará hacia el periodismo cultural, visto desde distintos ámbitos (juventud, campo, identidad sexual, migración, drogas, música, tendencias políticas), procedimos a digerir la Encuesta Nacional de Consumo Cultural de México, realizada en el 2012 (ENCCUM 2012).

Dicha encuesta, nos revela los usuarios en al menos una ocasión de los bienes y servicios culturales seleccionados:

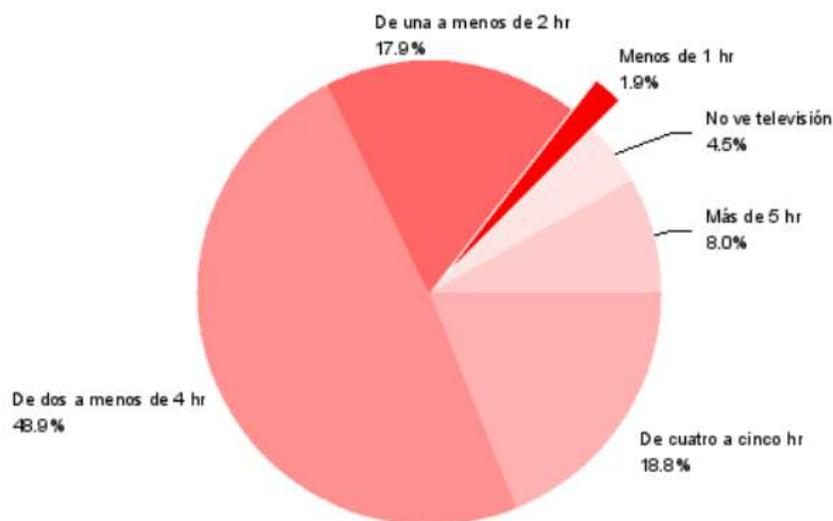
Distribución porcentual por sexo:

Sitios y eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales	Espectáculos en la vía pública	Cursos y talleres	Uso de Internet	Productos en la vía pública
Total 100						
Mujeres 53.2	Mujeres 53.6	Hombres 60.4	Mujeres 51.2	Mujeres 59.8	Hombres 50.6	Mujeres 50.6
Hombres 46.8	Hombres 46.4	Mujeres 39.6	Hombres 48.8	Hombres 40.2	Mujeres 49.4	Hombres 49.4

Distribución porcentual por edad

Sitios y eventos culturales seleccionados	Fiestas tradicionales	Ferias y festivales	Espectáculos en la vía pública	Cursos y talleres	Uso de Internet	Productos en la vía pública
Total 100						
30 a 49 años 29.8	30 a 49 años 30.3	30 a 49 años 39.7	30 a 49 años 29.3	12 a 17 años 24.8	18 a 29 años 31.7	30 a 49 años 32.1
18 a 29 años 25.7	50 y más 23	50 y más 25.7	18 a 29 años 28.3	18 a 29 años 24.4	30 a 49 años 26.2	18 a 29 años 27.3
50 y más 15.6	18 a 29 años 22.5	18 a 29 años 17.9	50 y más 16.1	30 a 49 años 21.4	12 a 17 años 20.9	12 a 17 años 15.4
12 a 17 años 15.3	12 a 17 años 12.4	12 a 17 años 9	12 a 17 años 14.7	6 a 11 años 18.9	6 a 11 años 12.3	50 y más 14.3
6 a 11 años 13.6	6 a 11 años 11.8	6 a 11 años 7.1	6 a 11 años 11.6	50 y más 10.5	50 y más 8.9	6 a 11 años 10.8

Por su parte, la Encuesta Nacional de hábitos, prácticas y consumos culturales 2010 de CONACULTA, nos grafica el tiempo que los mexicanos destinan a ver la televisión y escuchar la radio:



Resumimos entonces en los siguientes puntos las innovaciones del proyecto digital *Señal Informativa Lagos* respecto a su competencia:

- Textos bien escritos, sin faltas de ortografía, errores de redacción y de información
- Secciones bien definidas
- Productos multimedia

- Notas sin tinte amarillista
- Productos informativos de jóvenes para jóvenes
- Seguimiento respetuoso al por qué de los males sociales que la competencia solo aborda como nota roja
- Fotoperiodismo
- Radio arte para débiles visuales

Capítulo 3. Marco Metodológico

3.1 Plan operativo para ejecutar el proyecto

Planeación

Si hablamos del lanzamiento de un medio de comunicación o cualquier otra empresa, el proceso de planeación juega un rol primordial. Para los directivos de *Señal Informativa Lagos* quedaba claro qué se quería alcanzar, pero era de vital importancia diseñar la estrategia que aclarara las formas de trabajo que contestasen el cuándo, dónde y cómo hacer para lograr una redacción integrada en una ciudad media como la nuestra. Tiempo invertido: el primer semestre de 2016. Participantes: dirección y tres miembros de la pasada redacción radiofónica.

Dicha etapa y cada uno de sus rubros, nos llevó alrededor de seis meses, pues recordemos que se tenía el antecedente del proyecto radiofónico, así que el proyecto digital, y la convergencia entre ambos, se trabajó mientras las labores radiofónicas continuaban.

Luego de trazar los objetivos de *Señal Informativa Lagos*, expresados en el capítulo uno de este documento, -cuya esencia es ser un periódico digital local en Lagos de Moreno que satisfaga las necesidades de información de un público exigente, educado, nativo y migrante digital que desee consumir periodismo serio, no amarillista y sin alianzas con el poder- iniciamos el proceso de levantamiento de datos para corroborar la viabilidad del proyecto.

Mercado

Fue necesario hacer un análisis de la **demanda** para saber que las actividades en línea de las personas que están pendientes de la democracia, se dan mayoritariamente en redes sociales, sitios de noticias y buscadores, y que el producto digital más demandado por nuestro público objetivo son los videos y los podcasts, seguidos del texto escrito.

Una de nuestras metas es lograr atraer constantemente, de manera fija o temporal, audiencias que por tradición están acostumbradas a seguir a productos noticiosos hechos especialmente para nativos digitales por las grandes empresas de la información.

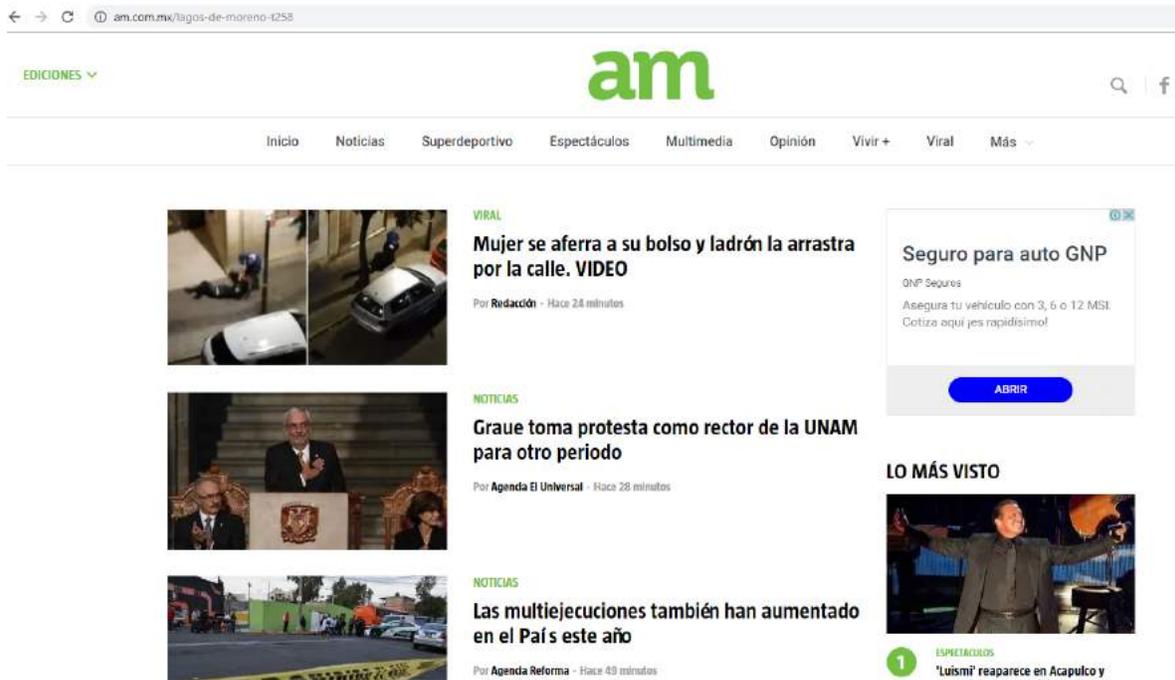
Para ejemplificar, le apostamos a que un adulto joven acostumbrado a seguir a las grandes empresas de la información, pudiera de vez en cuando asomarse a nuestro proyecto y con el tiempo se convirtiera en un visitante asiduo de nuestros canales. La migración en el ciberespacio, permite que nuestro producto pueda ser “encontrado” por personas que tal vez, al buscar otra cosa, se queden con algo que nuestro proyecto pueda ofrecerles.

En cuanto a la **oferta**, el mercado se encuentra sobresaturado de contenidos de diferente índole. Atraer la atención de los posibles públicos y que ésta se quede en nuestro proyecto hasta convertirse en la mirada de un usuario interesado y cotidiano, requiere de una excelente calidad y precisa actualización de nuestros contenidos, es por ello que día con día tenemos mínimo cinco productos noticiosos de estreno.

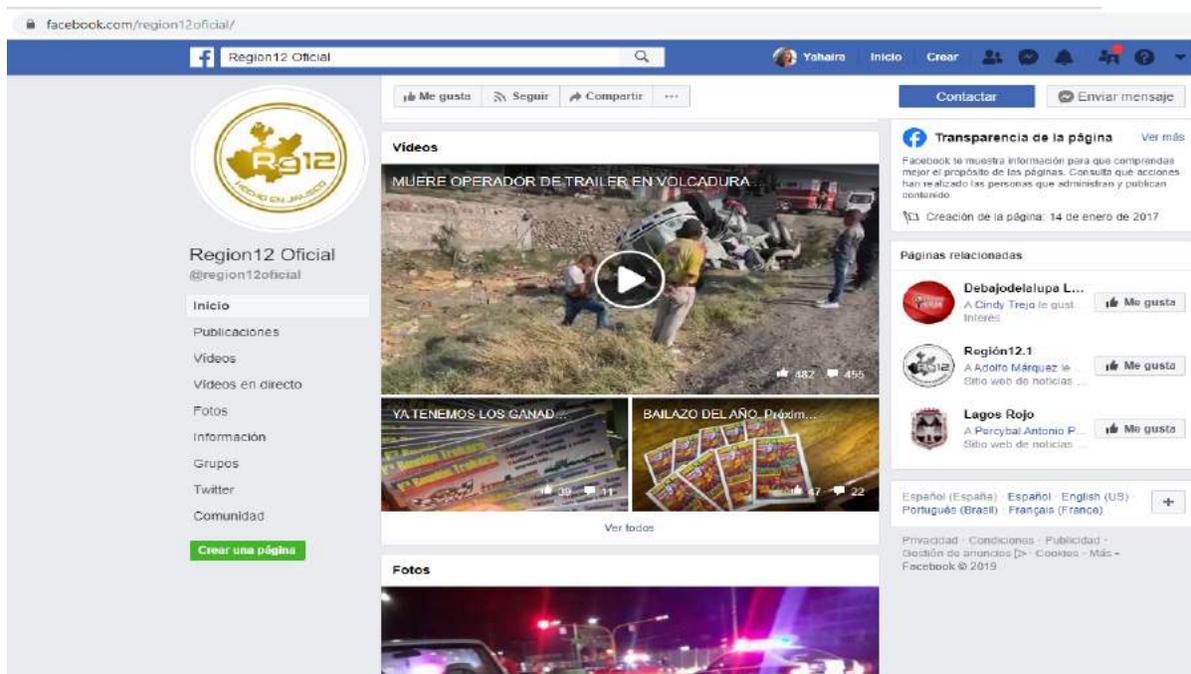
La mayoría de los sitios analizados tiene como principal objetivo la producción de nota roja y publicación del boletín del ayuntamiento, a través de un sitio estéticamente pobre, de ingreso gratuito, con secciones fijas como: política, deportes, opinión y nota roja.



González, J. (31 de octubre del 2017). Captura de pantalla de la página de inicio [NotiAltos]. Recuperado de <http://notialtos.com.mx/author/notialtos/>



Grupo Reforma (31 de octubre del 2017). Captura de pantalla de la página de inicio [AM]. Recuperado de <https://www.am.com.mx/lagos-de-moreno-t258>



Región 12 (31 de octubre del 2017). Captura de pantalla de la página de inicio de la fanpage [Region12 Oficial]. Recuperado de <https://www.facebook.com/region12oficial/>

Los sitios informativos digitales se encuentran en una fase intermedia de despegue. El creciente cierre de productos periodísticos impresos, -como el periódico AM, quien en un inicio fue estudiado como uno de nuestros principales competidores, pero lamentablemente cerró su versión impresa en enero de 2017-, ha posicionado de alguna manera a los productos en línea, siendo una de las principales razones el factor económico, ya que la mayoría de los sitios web, que para este proyecto analizamos, son gratuitos. Aquí una tabla de las principales diferencias entre los medios de comunicación que, al momento del diagnóstico, consideramos nuestra competencia en el ámbito local:

<p>AM https://www.am.com.mx/lagosdemoreno NotiAltos http://notialtos.com.mx/ Región 12 http://www.region12.com.mx/</p>	<p>Señal Informativa Lagos senalinformativalagos.com</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Imágenes explícitas de nota roja • Chismes de políticos • Información policiaca rápida y oportuna • Notas preventivas de eventos culturales • Boletín informativo del ayuntamiento de Lagos de Moreno y ciudades aledañas • Un diseño no muy atractivo • Atienden a un público conservador • Carencia de productos multimedia (solo notas de texto con fotografías) 	<ul style="list-style-type: none"> • Textos bien escritos, sin faltas de ortografía, errores de redacción y de información • Secciones bien definidas • Productos multimedia • Notas sin tinte amarillista • Productos informativos de jóvenes para jóvenes • Seguimiento respetuoso al por qué de los males sociales que la competencia solo aborda en como nota roja.

Diseñamos una encuesta con el fin de obtener un diagnóstico acerca de las características generales de nuestro **público objetivo** con respecto a las herramientas digitales de las que dispone, así como sus posibilidades de conectividad, sus prácticas de consumo en línea, para definir la mejor estrategia de posicionar nuestro producto. Por último, tratamos de conocer las expectativas de nuestros usuarios y sus intereses de productos informativos más inmediatos.

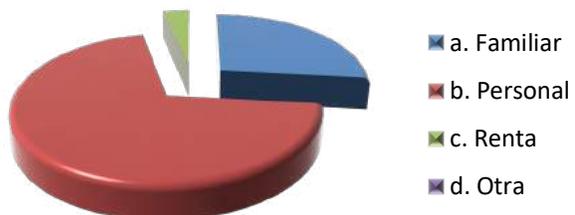
Se aplicaron un total de 90 encuestas, de las cuales, 30 fueron para jóvenes entre 15 y 18 años; 30 a jóvenes entre 19 y 24 años y 30 a adultos entre 25 y 40 años. La mayoría de ellos estudiantes o trabajadores.

¿Tienes acceso a computadora?

Jóvenes entre 15 y 18 años



Jóvenes entre 19 y 24 años



Adultos entre 25 y 40 años



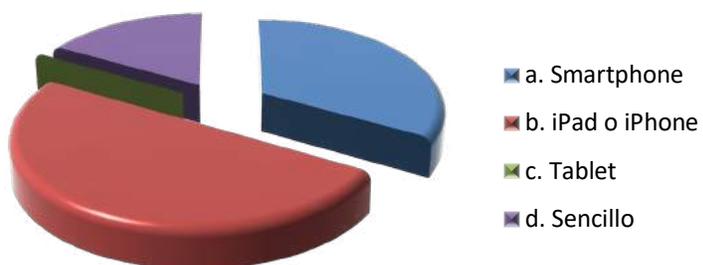
¿Tienes acceso a teléfono celular?



Jóvenes entre 19 y 24 años

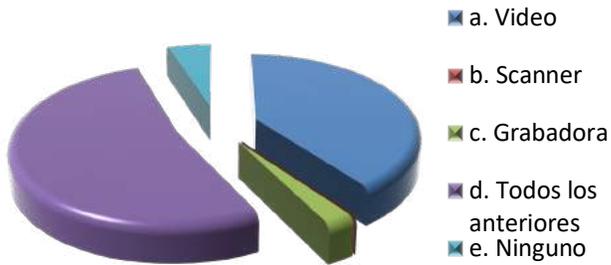


Adultos entre 25 y 40 años

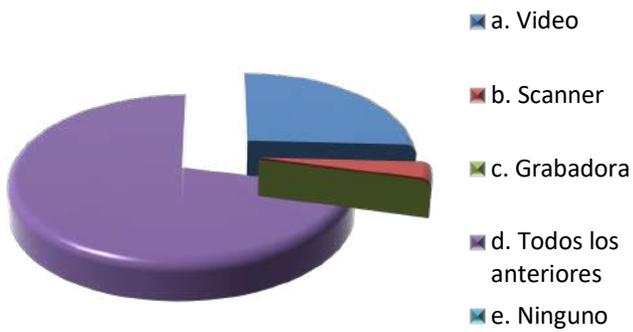


Equipo tecnológico del cual dispones:

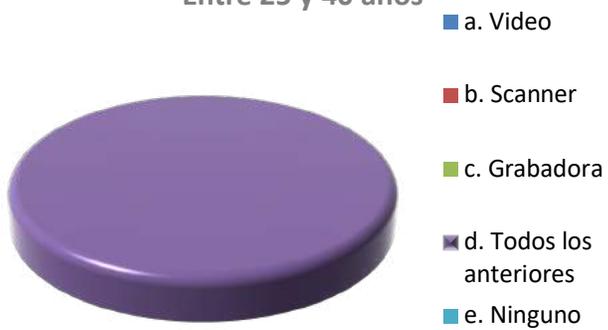
Jóvenes entre 15 y 18 años



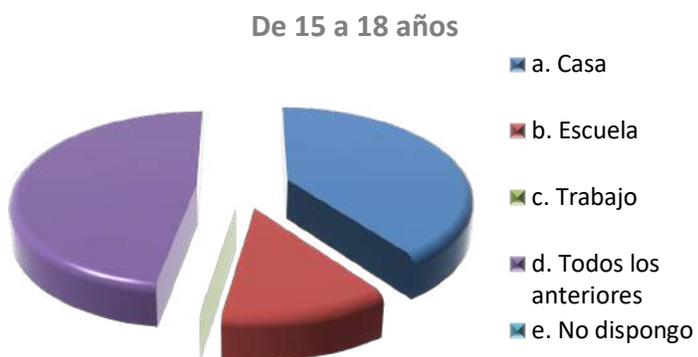
Jóvenes entre 19 y 24 años



Entre 25 y 40 años



¿Dónde dispones de conectividad a internet?

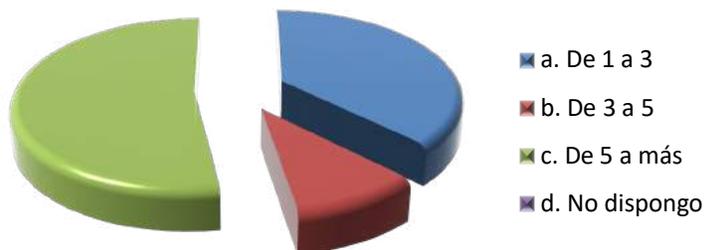


Tu acceso a telefonía e internet en dispositivos móviles es por:

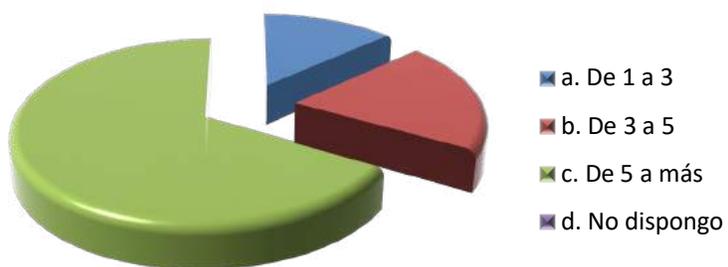


¿Cuántas horas al día dispones de conectividad a la red?

De 15 a 18 años



De 19 a 24 años

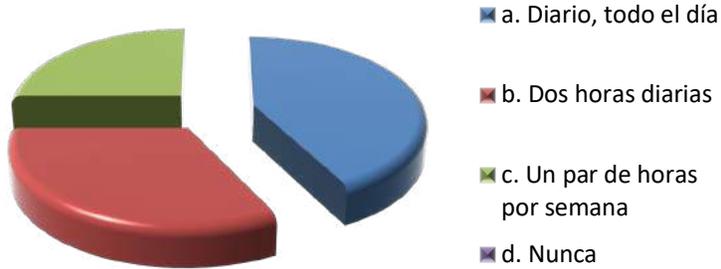


De 25 a 40 años



Estás conectado a Internet:

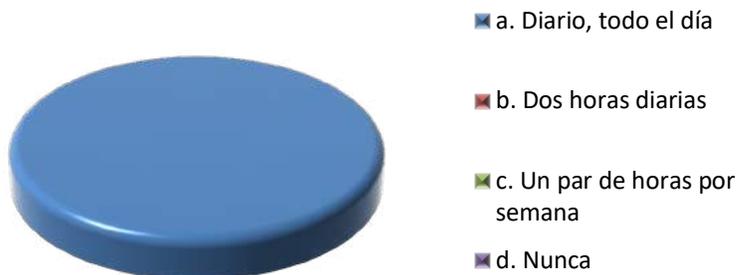
De 15 a 18 años



De 19 a 24 años



De 25 a 40 años



La red social de tu preferencia es:

De 15 a 18 años



De 19 a 24 años

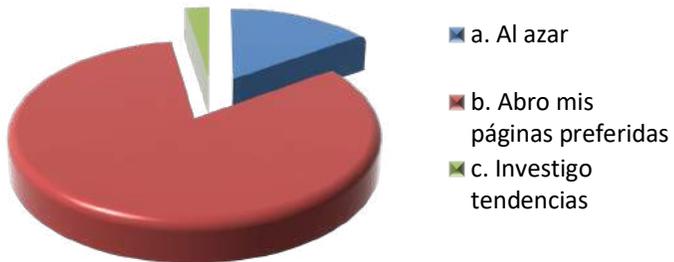


De 25 a 40 años

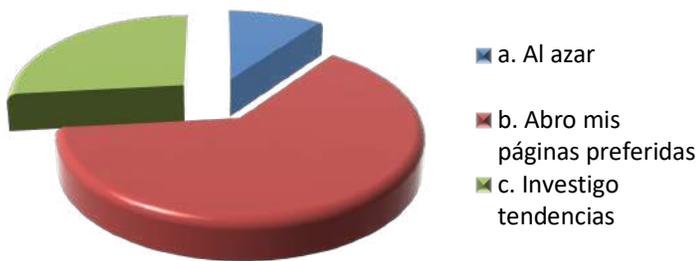


Tu método de navegar es:

De 15 a 18 años



De 19 a 24 años

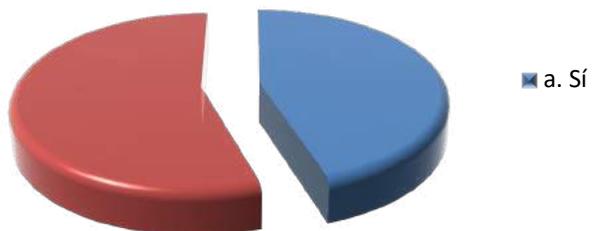


De 25 a 40 años

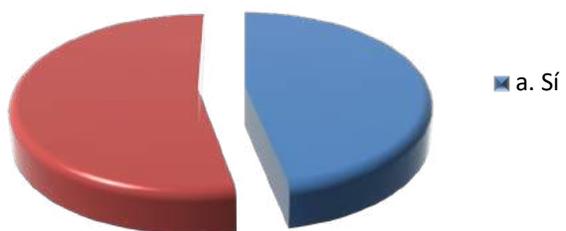


¿Tienes un portal, vlog, blog o página web de tu preferencia?

De 15 a 18 años



De 19 a 24 años



De 25 a 40 años



Prefieres ver:

De 15 a 18 años



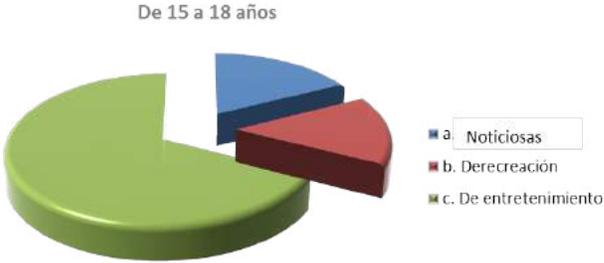
De 19 a 24 años



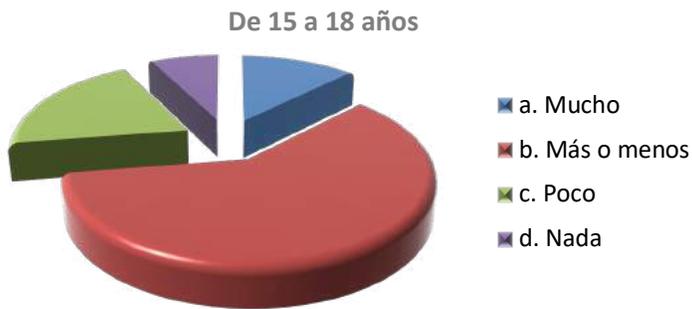
De 25 a 40 años



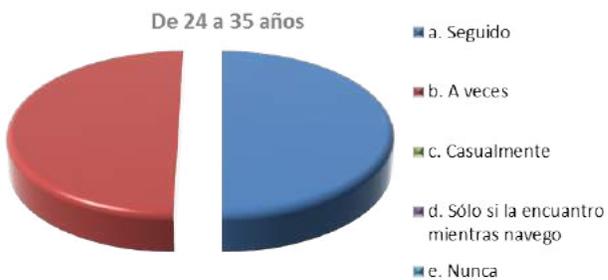
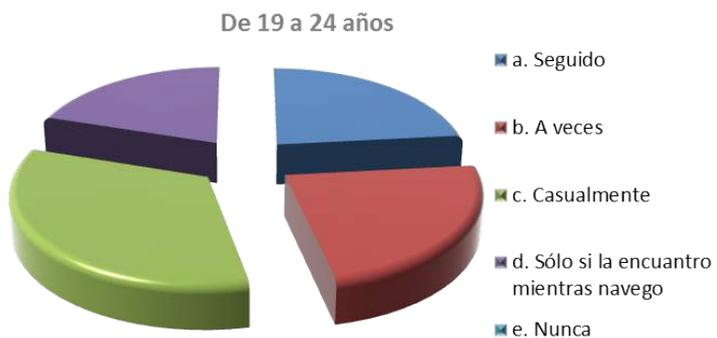
Prefieres páginas web:



¿Te interesaría un periódico digital que aborde seriamente las problemáticas locales sin abusar del amarillismo y la nota roja?



¿Buscarías un sitio web, revistas, blogs o redes sociales que te ofrecieran noticias, reportajes, videos y distintas manifestaciones culturales de tu región?

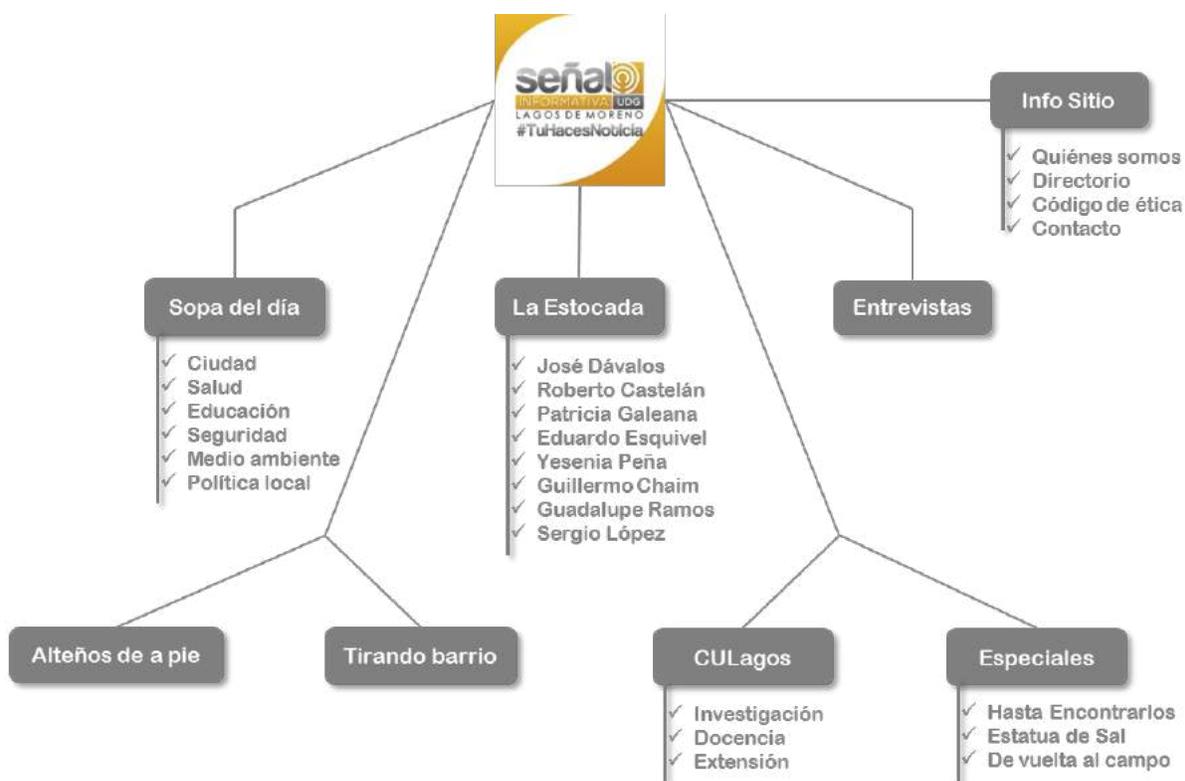


Diseño del sitio

Al corroborar que en Lagos de Moreno contábamos con un público no masivo, pero sí suficiente para iniciar con un proyecto digital como el vislumbrado, comenzamos a diseñar la arquitectura web del sitio, cuyo borrador del esquema general versaba de la siguiente manera:

Nombre de la sección	Nombre de la subsección (es)	Descripción del tipo contenido (entrevistas, reportajes, tutoriales, guías, podcasts, videos...)
La Sopa del Día	Educación Salud Economía Universidad, etc.	5 notas diarias de lo que acontece en la ciudad que en ocasiones se extiende a reportaje. La nota principal, estará presentada con más elementos multimedia. Las otras cuatro tendrán fotografía y texto.
Largo aliento		Reportajes y periodismo de investigación.
La Estocada		Opinión y análisis en Podcast
Las 7 preguntas		Podcast y videos con nuestros entrevistados.
Alteños de a pie		Fragmentos de la vida cotidiana en voz de sus protagonistas. Perfiles de personas de Los Altos de Jalisco que ejercen distintos oficios.
Tirando barrio		Foto galerías de los barrios de Lagos de Moreno y sus comunidades de impacto
Contenidos especiales	<ul style="list-style-type: none"> • Hasta Encontrarlos • Estatua de Sal • De Vuelta al Campo • Entre Quelites y Tunas • La Punzada • Cultura para el fin... de semana 	Cada una de estas ocho secciones tendrá una entrada semanal a manera de entrevista, reportaje, infografía, video o Podcast. Estas ocho secciones abordan respectivamente: la desaparición forzada en México, la diversidad sexual, el abandono al campo, la salud y medio ambiente, la divulgación científica, información sobre la infancia, historia regional y arte y cultura.

Mapa del sitio en la fase de planeación



Para emprender la creación del sitio web, analizamos las características de diversos CMS, tales como Wordpress, Drupal y Joomla, e incluso nos entrevistamos con varios administradores de sitios web que los han usado. Lo anterior con la finalidad de recurrir a la mejor opción para satisfacer las necesidades de usabilidad, diseño y accesibilidad que nuestro proyecto requería. Fue así que optamos por unirnos a la comunidad de Wordpress, ya que brinda una amplia gama de soporte y soluciones a las necesidades o problemáticas propias de la plataforma, por lo que la comunidad en sí misma es la razón de la preferencia de los usuarios. Su mantenimiento es relativamente sencillo y tiene un soporte muy grande.

Durante esta etapa de planeación del sitio comenzamos con el sitio web en Wordpress haciendo dos movimientos: el pago para que dejara de aparecer la leyenda “Wordpress” en la URL del sitio, y probamos con la plantilla “Hive”. Los resultados visuales son los siguientes:



SEÑAL INFORMATIVA LAGOS

Inicio Sopa del Día La Estocada+ Entrevistas Alteños de a pie

Tirando Barrio CU Lagos Especiales+

Doce años de tradición cafetera en Lagos de Moreno



Servicio los 365 días del año y atención personalizada. Don Chuy, dueño del Brecafé, establecimiento que trajo al [...]

10 marzo, 2017 / Alteños de a pie

Destaca internacionalización en primer informe de rector del CULagos

La crónica: otra manera de informar



Ana Felker, ganadora del Premio Nacional de Periodismo 2015 en crónica ofreció una conferencia en el III Encuentro [...]

9 marzo, 2017 / CU Lagos, La Sopa del Día

Sociedad civil fragmentada



Validación

Para inicios de marzo de 2017, la Junta Editorial de senalinformativalagos.com, opinó que ya era necesario comprar un hosting de mayor envergadura dada la cantidad de información que diariamente se subía al sitio pues, aunque aún no se celebrara una ceremonia oficial de lanzamiento y presentación del sitio al público, deberíamos de prevenir un colapso por la poca capacidad que nos ofrecía el host de Wordpress.

Ante tal circunstancia, aprovecharíamos la coyuntura para mejorar las condiciones de usabilidad, estética y accesibilidad del sitio, y esto incluiría muy seguramente el cambio de la plantilla “Hive” cuya estructura obedecía más a un magazine, por otra con un diseño menos atrevido y de perfil más noticioso. Y es que, si bien “Hive” es una plantilla innovadora, con un diseño lleno de movimiento parecido a Pinterets, fue poco amigable para los usuarios prueba que estuvieron navegándola por tres días. Se trató de un reducido *focus group* con 12 integrantes (cuatro estaban en el rango de edad de 15 a 18 años; cuatro de 19 a 24, y cuatro de 25 a 40), que a su vez habían respondido las encuestas iniciales de mercadeo, y su evaluación de navegación, en resumen, arroja lo siguiente:

- A los cuatro integrantes del rango de edad 25 -40, les tomó un poco de tiempo más de lo normal entender la lógica del sitio, en comparación con los navegantes más jóvenes.
- Solo 7 navegantes (58%) opinaron que la página era amigable e intuitiva.
- Solo a dos personas (16.6%) les simpatizó que el *scroll* de la página inicial fuera infinito.
- El 100% manifestó desagrado en el hecho que no había un banner para privilegiar las notas del día.
- El 75% no se sentía atraído a averiguar de qué trataba el menú “alteños de a pie”.
- Al 66.6% no les agradaba la asimetría de las fotografías entre una nota y otra.
- El 58% de los navegantes opinó que el administrador web perdía oportunidades de negocio al limitar los widgets a las páginas secundarias del sitio, y no incluirlos en la de inicio.
- El 91.6% opinó que los productos periodísticos presentados eran de calidad.

Ejecución del proyecto y mejora del sitio

Tiempo invertido: primer semestre de 2017

Participantes: dirección Junta Editorial

De acuerdo a los resultados de validación, asumimos que el diseño estaba enteramente enfocado a un público más joven, donde a los migrantes digitales no les sería sencillo navegar ni comprender la lógica del sitio, por tanto, sería modificado al tiempo que migraríamos el sitio web al hosting ofrecido por la empresa Bluehost.

En resumen, la migración del sitio y su remodelación de estructura llevó cuatro meses, teniendo ahora como plantilla el tema Bitz, ofrecido por themeforest.net

Del personal

Una vez construidos los perfiles de puestos detallados en el capítulo dos de este documento, dimos cuenta de la contratación del personal que aún nos hacía falta y comenzamos la capacitación digital de quienes ya nos acompañaban desde nuestra redacción radiofónica.

Luego de ello iniciamos un ejercicio piloto de trabajo en tiempo real para poder determinar las aptitudes del equipo de recursos humanos, su capacidad de enfrentar el cambio, de trabajo en equipo y de desempeñarse en un entorno de exigencia y niveles considerables de estrés. Detallaremos más este tema en el apartado 3.4 de este documento. Por lo pronto un detalle del personal adscrito y el que se necesitaba contratar:

Puestos en operación	Personal por contratar
Director	Editor en jefe de la redacción integrada
Reportero 1	Web máster
Reportero 2	Diseñador gráfico e infografista
Auxiliar administrativo	Editor de audio y video

Del mobiliario y equipo

Por medio de patrocinios y apoyo institucional, aseguramos la primera inversión para comprar el equipo necesario para esta nueva redacción integrada:

Equipo con el que ya se contaba	Equipo nuevo y cambios en infraestructura del espacio
3 computadoras	3 computadoras para: web máster, diseñador y editor de audio y video
1 iPad	2 tarjetas de video
1 iPhone	2 micrófonos y una cámara de video para coberturas en tiempo real.
1 grabadora Taskam	2 grabadoras con videocámara
Una oficina reducida con muebles grandes y poco aptos	1 disco duro (o nube) de 12 Terabites
	Ampliación de oficina y compra de sillas y escritorios para trabajo en círculo, a manera de redacción integrada.

Planeación de contenidos a publicar

Obedeciendo nuestros objetivos y línea editorial, diseñamos la plantilla que guardaría la planeación de temas del diarismo, así como los temas de periodismo de investigación, mismos que serían nutridos de manera semanal dentro de la Junta Editorial de *Señal Informativa Lagos*. A grandes rasgos, nuestro trabajo semanal contiene:

- 25 productos periodísticos (notas, reportajes, crónicas o entregas de periodismo de investigación), cuyo contenido multimedia está presente mínimo en un 40% de ellos.

- 9 entradas de opinión y análisis con participantes de Lagos de Moreno, Guadalajara y Cd. De México.
- 1 resumen del estado del tiempo, con información del Instituto de Astronomía y Meteorología de la Universidad de Guadalajara.
- Resumen financiero.
- 3 titulares del día en la escena estatal.
- 3 titulares del día en la escena nacional.
- 3 titulares del día en la escena internacional.
- Un resumen de las actividades culturales y deportivas de acceso libre para cada fin de semana.

Consolidación

Tiempo invertido: segundo semestre de 2017

Participantes: dirección Junta Editorial

Casi al cierre del segundo año de trabajos en el periódico digital *Señal Informativa* Lagos, contamos con un equipo humano y de infraestructura que se acerca más al deseado. Por medio de la capacitación, hemos logrado que nuestros reporteros logren una redacción neutra, adecuada tanto para la versión radiofónica como para la digital aunque, de cualquier modo, el editor da un tratamiento final a los textos para que estos sean más afines a la redacción de medios digitales.

De los tiempos y movimientos

La coordinación de cada una de los subgrupos o equipos de trabajo para la integración del trabajo en general, se ha perfeccionado en los últimos de tres meses, de tal modo que nuestro flujo de operación real se va acercando con buen ritmo al que planeamos en nuestro modelo de negocio, el cual detallaremos más adelante.

Día y horario	Actividad	Detalles
Jueves, 17:00 horas	Reunión de dirección con el editor en jefe	El Editor en Jefe muestra a la dirección la orden de información de la siguiente semana. Se aprueba la asignación de notas y se propone el empaquetado
Viernes, 10:30 horas	Reunión de la Junta Editorial	Dirección, editor en jefe, reporteros y diseñador gráfico, se reúnen para evaluar el trabajo de la semana anterior y socializar la planeación de la siguiente semana.
Viernes 12:00 horas	Captura fotográfica que se pueda adelantar para los productos periodísticos venideros	Corre a cargo del diseñador gráfico y los reporteros
Lunes a viernes, 20:00 horas	Cierre de redacción	Se sube al “drive” una carpeta por cada producto periodístico, la cual contiene texto, audio, imágenes y/o video
Lunes a viernes, 07:00 horas	Publicación de nuestras 5 notas Diarias	Se suben a nuestro sitio, y a partir de las 07:30 se comparten en nuestras redes sociales.
Sábados y domingos	Guardia	Se cubren los eventos y se hacen publicaciones oportunas en las redes sociales.

Evaluación del equipo de trabajo

Hemos logrado consolidar un modelo de capacitación para prestadores de servicio social que trabajan en campo para recoger la opinión del ciudadano de a pie acerca de temas de interés público, de tal modo que ahora sabemos que, de acuerdo a nuestra capacidad de producción, requerimos de un staff de dos a tres jóvenes que saldrán a la calle a recoger voces, editaran dichos audios y/o videos, y grabaran y editarán los titulares del día.

Por otra parte, si bien nuestro equipo de trabajo ha venido desarrollando de manera óptima las actividades proyectadas en nuestra planeación, es bien cierto que, como directivos, no hemos logrado un compromiso al 100% en cada uno de los miembros del personal, lo que provocó la inmediata salida del primer webmáster, así como un “marcaje personal” con uno de los reporteros, ya que no se ha sometido del todo a nuestra línea editorial y a rosado los límites de lo permitido en nuestro Código de Ética⁴. Entre las actividades que ha dejado de hacer o ha hecho indebidamente, se encuentran:

- Incumplimiento parcial de la orden de información (mínimo cambia dos temas por semana debido a una mala programación de su trabajo).
- Ha tomado los temas de sus compañeros sin previo aviso.
- Ha ventilado en sus redes sociales temas privados de la administración.

Debido a lo anterior, estará a prueba los meses que le restan al año para reconsiderar su recontractación durante 2018.

⁴ Anexo 1 al finalizar el capítulo cuatro de este documento

De las cosas pendientes en materia de difusión del sitio y Recursos Humanos

Actividad	Área de impacto	Fecha de realización
Producir stock fotográfico y breves filmes de edificios, personajes, funcionarios públicos, paisajes e instituciones privadas y públicas de Lagos de Moreno y ciudades aledañas	Diseñador gráfico	Todos los viernes, del 27 de octubre de 2017 a 30 de marzo de 2018
Taller de fotografía periodística	Reporteros y diseñador gráfico	Los sábados de enero de 2018
Taller de edición de video	Diseñador gráfico y editor de videos	Los sábados de febrero de 2018
Taller de conducción de programas informativos	Reporteros y editor en jefe	Los sábados de febrero de 2018

Impacto del sitio ante la audiencia

Luego de las mejoras pertinentes al sitio y de continuar alimentándolo con el trabajo diario proyectado en nuestra planeación, decidimos hacer otro ejercicio de validación, para medir el impacto del sitio ante la audiencia, y de su opinión respecto a él. Se trató de una breve encuesta lanzada en nuestra página de Facebook, (@silagosudg). Esta se publicó y se tuvo abierta por doce horas para que nuestra audiencia la contestara si así lo deseaba. Los reactivos y las respuestas de 15 usuarios, fueron los siguientes:

- ¿Consideras útiles los contenidos publicados en senalinformativalagos.com?
El 100% de los participantes contestó que sí
- Visualmente ¿es atractiva la información publicada en Señal Informativa Lagos?
14 de los participantes contestaron que sí, lo que implica el 93%
- ¿Consideras que hemos atendido a tiempo tus dudas o peticiones?
14 de los participantes contestaron que sí, lo que implica el 93%
- ¿Visitas a diario nuestro sitio senalinformativalagos.com?

13 contestaron que sí, lo que equivale a un 86% de los participantes

- ¿Tu navegación por nuestro sitio fue sencilla, intuitiva y amigable?

14 de los participantes contestaron que sí, lo que implica el 93%

En cuanto a los resultados obtenidos, observamos muchos puntos de oportunidad que quizá ya habíamos puesto sobre la mesa en nuestra junta editorial, y eso es que demos adaptar mejores titulares para nuestras entradas, más cortos y atractivos, así como más productos multimedia.

También nos dimos cuenta que hay personas que se conforman con la información que damos en nuestros titulares, y no dan clic a la entrada que los remitirá a nuestro sitio web para leer la nota completa, por lo que debemos dejar más a la imaginación y no dar los pormenores en el balazo, y así, poder encausar tráfico a nuestra plataforma. Mejorar la interacción y atención a nuestras audiencias, es un punto clave en los resultados de esta evaluación.

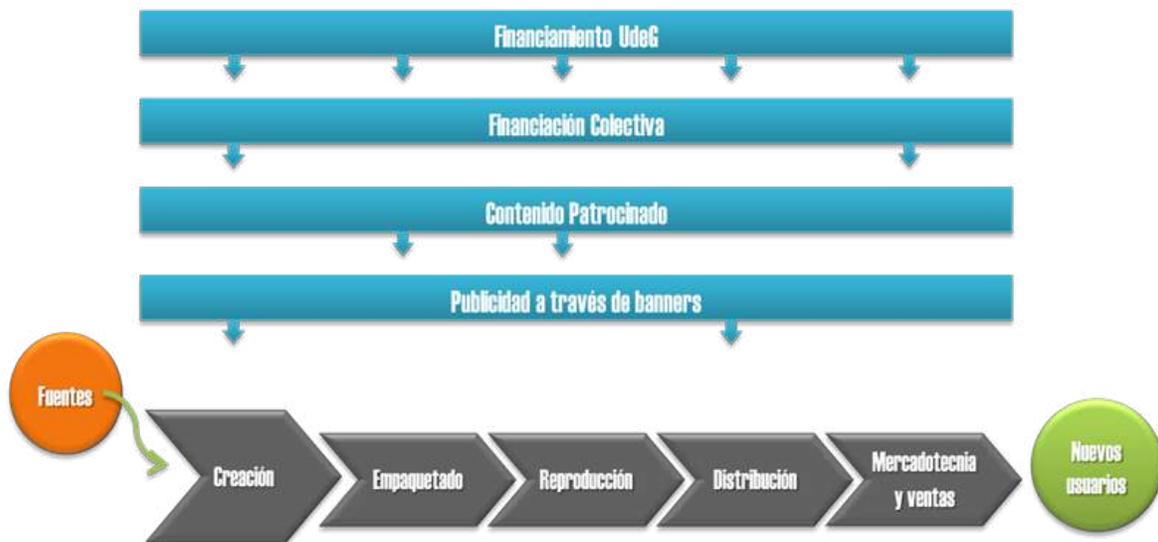
3.2 Plan de financiamiento

Principalmente, partimos de cuatro estrategias:

- Financiamiento institucional de la Universidad de Guadalajara, para sueldos y equipamiento.
- Financiación colectiva y trabajos voluntarios.
- Contenidos patrocinados y publicidad a través de banners.
- Otros apoyos institucionales destinados a gastos de producción, equipamiento e insumos.

Gasto inicial y su inversión en la cadena de valor

Un plan austero en el gasto optimiza recursos y es redituable. Sin déficit durante el primer año de ejercicio: egreso de \$592 mil, versus \$790 de ingresos, igual a un margen de disponibilidad de \$198 mil. El gasto inicial cubierto por las instituciones que nos apoyan, ascendió a \$224,000 en el año 2017.



Nuestra cadena de valor inicia con el trabajo de **creación** a partir de la indagación en las fuentes, en donde la capacidad del reportero agrega valor al seleccionar nuevas historias de acuerdo a su “olfato” periodístico. “Olfato”, innovación y trayectoria periodística son básicas. Luego, en el **empaquetado**, el editor y la oficina de redacción se encargarán de agregar valor al seleccionar, organizar y agregar otros contenidos, y decidiendo su mejor forma de publicación: audio, video, infografía, galería fotográfica, texto.

Enseguida, los eslabones de **reproducción y distribución** agregarán un valor técnico al presentar de manera impecable los contenidos y su gramática de salida. Después, la parte de **mercadotecnia y ventas** se hará responsable de buscar nuevos usuarios y mercados; estará, junto con el eslabón de empaquetado, pendiente de las dinámicas del mercado de periodismo digital y de las necesidades de los nuevos usuarios.

Presupuesto anual de egresos

Sitio Web	Personal	Tecnología	Contabilidad	Total
4000	420,000	108,000	60,000	592,000

Presupuesto anual de ingresos

Publicidad	F. Colectivo	Pago por contenidos	Apoyo Institucional y otros	Total
12,000	48,000	48,000	574,000	790,000

Balance General

Rubro	Total
Egresos	592,000
Ingresos	790,000
Margen de disponibilidad	198,000

3.3 Plan operativo para la gestión y monitoreo de redes sociales

En plena era del conocimiento y de la sociedad de la información, -términos acuñados en el siglo XXI-, es innegable que las redes sociales ocupan un papel titular como canal de comunicación, lo que dio pie a que todo tipo de organizaciones revolucionaran la manera de comunicarse con su mercado meta y difusión de su producto.

Sin duda, el periodismo no ha quedado al margen de usar las redes sociales incluso como herramientas del propio ejercicio de información. Somos el prólogo de una sociedad cuyo centro será la convergencia tecnológica: una “sociedad red” (Castells, 2006, p. 79). Es por tanto imprescindible contar con un plan estratégico de uso de redes sociales que potencialicen nuestro trabajo periodístico, y además haga posible una interacción efectiva con nuestra audiencia.

De las redes sociales horizontales que gestionaremos

Las redes sociales cuentan con las características necesarias para dinamizar la información, y de este modo, hacerla más digerible a los usuarios de nuestro sitio. Las redes sociales oficiales de *Señal Informativa Lagos*, serán Facebook, Twitter, Instagram y WhatsApp, mismas que tendrán la función de fuente informativa, de socialización de los contenidos de nuestro sitio web y como generadoras de tráfico al mismo. Las tres primeras estarán enlazadas.

Facebook

Elegimos a Facebook como la principal red social de nuestro medio por ser la red que más usan lo laguenses y alteños en general. Además de ello nos brinda todos los instrumentos del periodismo digital: redacción sin límite de caracteres, adjuntar videos, audios, hipertextos, y aunque no es una verdadera plataforma periodística, se presta mucho para el periodismo hiperlocal.

Puntualizaciones de escritura en Facebook:

- Textos breves de 200 caracteres con todo y el hipertexto.
- Usar interrogantes para despertar el interés de los usuarios y alentar la interacción.
- Escribir citas directas, ya que con los dos puntos (:) el texto será más breve, y el actor de la nota será más identificado por el usuario.
- Publicar enlaces de notas con fotografías. Ello ayuda a que el usuario conecte más con el texto y está comprobado que se obtienen 50% más comentarios que las entradas sin imágenes.
- Frases inconclusas, que también alienten al lector a remitirse a nuestro sitio.
- Contestar y/o compartir las publicaciones de nuestra audiencia.
- Iniciar un debate diario

Las entradas a Facebook serán a las 06:00hrs., con la publicación de nuestras cinco notas de “Sopa del día”, a las 09:00hrs., la sección de opinión; a las 12:00hrs., información del CULagos y secciones especiales.

Twitter

Considerado por muchos como un nanoblog, comenzaremos a potencializar más esta herramienta, al ser la favorita de los periodistas a nivel mundial. El 60% de los usuarios a nivel mundial utiliza esta herramienta para escuchar, no para generar contenido, por eso es importante usarla bien:

- Lenguaje breve, confiable, que genere credibilidad.
- A diferencia de Facebook, aquí las entradas deben ser continuas para garantizar seguidores.
- Emplear correctamente el retweet, garantiza de forma rápida el intercambio y distribución de los mensajes.

- Cada tweet deberá tener un hipertexto. Por estadística sabemos que hacerlo nos dará el doble de opiniones.
- Uso del hashtag general #TuHacesNoticia, y crear nuevos según nuestras investigaciones periodísticas.

Instagram

- Publicación de micro videos de 50 segundos uno diario, para informar los temas del día.
- Publicación de fotografías de “Tirando barrio”, “Retratos” y actividades culturales organizadas por el CULagos y Radio UdeG que no se llegan a publicar en nuestro sitio.
- Uso de hashtags

De las redes usadas para almacenamiento, publicación y difusión

PodCast y Soundcloud para soportar los audios que incrustaremos en nuestro sitio; YouTube, para video; Flickr, para fotografías, e Issuu para trípticos, programas o folletos.

Del perfil y responsabilidades del community manager

La persona que esté al frente de esta actividad deberá desarrollar habilidades autodidactas en comunicación y marketing, búsqueda de información en la red, conocimientos de las herramientas 2.0, moderación de debates. Debe ser rápido y resolutivo.

Además, deberá establecer una relación de confianza con los simpatizantes de *Señal Informativa Lagos*, hacer un feedback de las opiniones de los mismos y en base a ello proponer mejoras internas.

Deberá “escuchar” a la audiencia, gestionar y dinamizar las cuentas de las redes sociales de *Señal Informativa*, detectar a personas afines a nuestra línea editorial, así como influyentes en la opinión pública, para etiquetarlas en nuestras entradas; olfatear posibles colaboraciones con las personas; buscar información relevante; dar solución a problemáticas puntuales; monitorear y dar seguimiento continuo; captación de nuevos seguidores; programar los mensajes de cada red social; monitorear las menciones de *Señal Informativa*, analizar el tráfico de cada red y con ello aportar nuevas ideas al medio.

Implicaciones éticas de las redes sociales

Las redes sociales son sin duda el canal de comunicación por excelencia de un buen porcentaje de la comunidad de migrantes digitales, y casi la totalidad de nativos digitales. Son la forma de comunicación del S. XXI. De ahí que hayan tomado un papel tan importante para difundir la información tanto de instituciones, dependencias gubernamentales, empresas y medios de comunicación.

Debido a lo anterior, es de suma importancia no dejar de lado el sentido ético en el uso de estas redes, tanto por quienes las producen, como los usuarios, pues ante todo debe de prevalecer el bien común a través de la responsabilidad social.

Uso responsable de la información

Por sí sola, no se puede juzgar a la tecnología como buena o mala, sino la manera en la que la aprovechamos. Lo que sí se convierte en un problema, es cuando el usuario de estas redes sociales abusa de la “nueva personalidad” que le dotan estos medios y que no coincide con lo que es fuera de ellos, y ya que existe la forma de comunicarnos rápidamente a través de estas nuevas tecnologías, “la ética, -según palabras de Gabriel García Márquez en una conversación con Javier Darío Restrepo- no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido al moscardón”, (Restrepo, 2004).

Exteriorizar nuestras ideas, desde que el hombre dejó los primeros indicios de su existencia, es el cimiento de la trascendencia social. Dentro del tejido social, las leyes regulan una convivencia pacífica, propiciando la auto coacción entre los individuos, por tanto, la comunicación y sus nuevos canales de desarrollo, no deben estar al margen de esta regulación social. No obstante, el tema no es sencillo, antes bien complejo, pues implica una tentación a justificar en ello los atentados a la libertad de expresión por parte de actores políticos que practican la censura.

No es nuevo reconocer que uno de los principales desafíos de la libertad de expresión, es definir su trascendencia y sus límites. A esto debemos añadirle la rapidez con la que, gracias a las nuevas tecnologías, se produce la información, y por ende sus impactos sociales, ya sean positivos o negativos, son igual de rápidos, gracias a la masividad de la información que gozamos hoy, que no la década de los 70 del pasado siglo XX. Y como bien apunta la investigadora, Perla Gómez Gallardo, de la Universidad Autónoma Metropolitana, *“La función pública de la Información no sólo es compatible con el derecho humano a la información, sino que esta compatibilidad viene dada por las esencias mismas de la comunidad, de la Información y del derecho”* (Revista Mexicana de Comunicación, 2012, párr.15).

Es indiscutible reconocer el gran valor que las redes sociales tienen en el proceso actual de la comunicación, gracias a sus características: eficacia-inmediatez-masividad, pero también es innegable la continua amenaza que representan en manos de productores o usuarios sin escrúpulos.

Buenas prácticas en el uso de redes sociales

1. El material generado por los colaboradores durante su desempeño en Señal Informativa Lagos (bien sea texto, fotografía, video, audio o diseño gráfico) no podrá ser usado antes de ser publicado en nuestros canales oficiales de información (sitio web, radio y redes sociales).

2. El colaborador de *Señal Informativa Lagos*, podrá compartir en sus redes sociales los trabajos periodísticos que en este medio se generen, después de que se hayan cumplido los protocolos de publicación del medio, referenciando el material atendiendo las normas de derechos de autor, como propiedad de *Señal Informativa Lagos*.
3. Debido a la agilidad con que el usuario de internet puede asociar los blogs y redes sociales de los colaboradores de *Señal Informativa* con la imagen de este medio, si bien están en su derecho de publicar reflexiones periodísticas a sus blogs y páginas externas, no deberán publicar información obtenida a través de su trabajo en *Señal Informativa Lagos*, ni manifestar a través de las redes oficiales del medio su inclinación o detracción por candidatos o partidos políticos. Tampoco podrán difundir información no pública generada en este medio, para su beneficio personal.
4. Las redes sociales oficiales de *Señal Informativa Lagos* serán a través de Facebook, Twitter y Whatsapp: @silagosudg y 4741347609, mismas que tendrán la función de fuente informativa para dar avisos de última hora y como fuente de socialización de los contenidos de nuestro sitio web, lo que redundará en un mayor tráfico al mismo.
5. En punto de las 06:00hrs., se publicarán las 5 notas de la sección “Sopa del día” e infografías relevantes; a las 09:00hrs., la sección de opinión; a las 12:00hrs., información del CULagos y secciones especiales, guardando las formas de nuestra guía de estilo y redacción para el sitio web.
6. Cuando existan fallas de redacción o se haya publicado algún dato falso o erróneo, se deberá publicar inmediatamente una fe de erratas, refiriendo la entrada que tiene el error de raíz.
7. La interacción con la audiencia por medio de redes sociales, deberá ser inmediata. Si el usuario publica algún dato relevante y hemos comprobado su veracidad, compartirlo dándole el crédito.

Plan de trabajo diario en la sala del community manager

1. Cada mañana, deberá revisar las interacciones de la audiencia en sus redes. Para ahorrarse tiempos, habrá de manejar las herramientas TweetDeck y HootSuite.
2. Aparte de lo ya programado, deberá tener actividad como se ha señalado en el documento de estrategia de redes: twittear y retwittear, publicar y compartir.
3. Todo medio cuenta con una estrategia integral y esta desprende una en redes, por ello el CM generará contenidos que abonen a este proyecto.
4. Revisará los reportes diseñados y emanados por su sala, para tener un control de indicadores que lo lleven a tomar buenas decisiones y controlar crisis.
5. Así mismo, siempre cuidará su papel de moderador y habrá de atender conversaciones y produce contenidos adicionales.
6. El seguimiento a la competencia y al mercado, debe ser continuo.
7. Estar al pendiente del cierre de información con la junta editorial y hacer la programación de publicaciones del día siguiente.
8. Estudiar. Actualizarse en cuanto a nuevas tendencias, nuevas herramientas de las redes sociales líderes, aparición de nuevas redes, herramientas de administración, etc.

Para lo anterior, el equipo humano y de infraestructura con el que debe contar la sala del CM, se define a continuación.

Grupo de profesionales comandado por un community manager

Equipo 1. Planificación, gestión de la comunicación y redacción

Este primer equipo estará presente en la junta editorial, justo cuando se esté haciendo la planificación de la orden de información y definiendo el empaquetado de cada producto

periodístico. Lo anterior puesto que al igual que el webmáster y diseñador del sitio, tendrá que saber desde inicio la forma en que presentará cada nota a través de nuestras redes.

De igual manera someterá a consideración de la junta editorial la readaptación de titulares para hacerlos más cortos y atractivos. Definirá la redacción de nuestras entradas. Así mismo, se definirán qué otras herramientas se utilizan de cada red para explotar el tema de distintas maneras (debates, encuestas, etc.), para lograr obtener una opinión de la audiencia.

Equipo 2. Diseño gráfico, edición de imagen y sonido

Definirán los gráficos que acompañan al resto de la información, así como los productos que habrán de publicitarse en las redes. Estarán al pendiente de las tendencias, para poder adaptar nuestros productos noticiosos al contexto.

Diseñarán infografías, carteles, audios, galerías, videos, gifs, entre otros productos y estarán pendientes de nuevas herramientas que puedan mejorar la creatividad y presentación de nuestras entradas.

Equipo 3. Equipo de mercadotecnia, posicionamiento y seguimiento a la competencia

Gestionarán y dinamizarán las cuentas de las redes sociales del medio, atraerán a personas afines a nuestra línea editorial para acrecentar la comunidad, diseño y creación de reportes para dar insumos de trabajo al equipo 1, harán un seguimiento constante de las audiencias y de la competencia.

Estrategia de contenidos de valor

Además de lo anteriormente explicado, añadimos a nuestro trabajo en redes un proyecto de contenidos de valor, para tener actividad en los tres momentos de tráfico más importantes en los usuarios laguenses y jaliscienses. A continuación, describimos la estrategia:

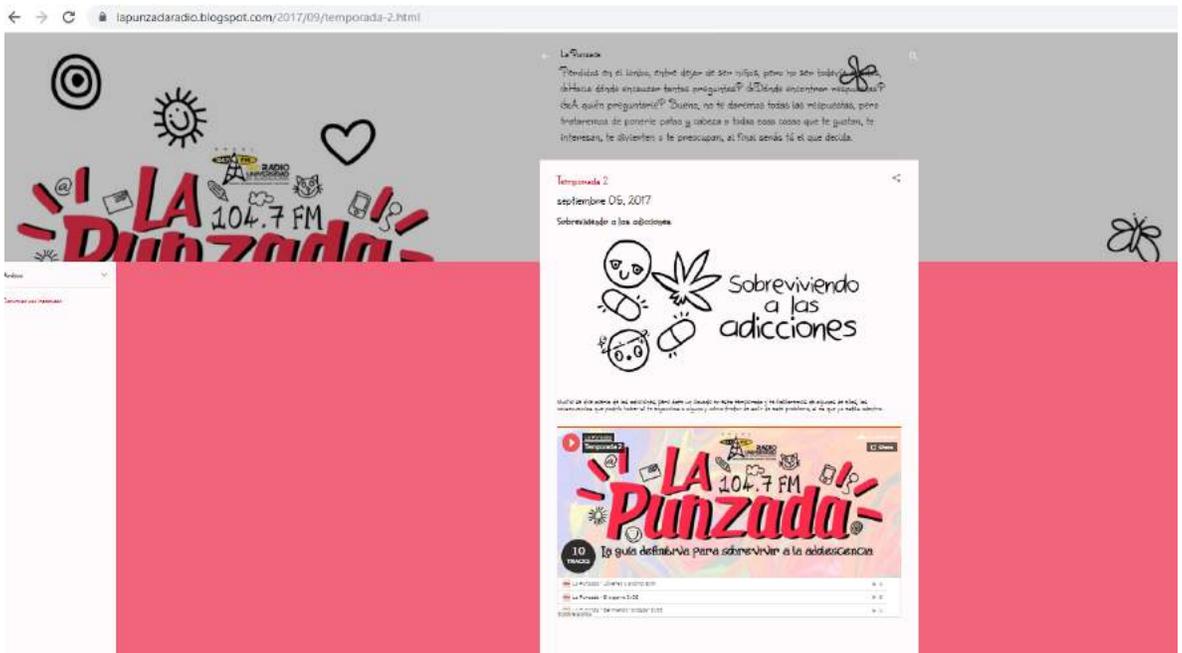
Objetivo 1. Encaminar nuevas audiencias a nuestra emisora, sitio web y otros canales de difusión.

Estrategia 1 y sus metas. La Punzada

Producción del blog “La Punzada”, dirigido a adolescentes entre 12 y 16 años (sexualidad, educación, adicciones, salud, etc).

- i. Hacer una temporada al mes dedicada a un tema con mínimo 10 cápsulas sonoras
- ii. A partir del 2018 evolucionar a un vídeo blog.
- iii. A Partir del 2018, ir a las secundarias para que los mismos adolescentes propongan temas y ayuden en la producción de sus contenidos.





Estrategia 2 y su meta. Resúmelo en un Gif

Material con resúmenes de situaciones sociopolíticas locales, nacionales e internacionales

i. Dos Gifs al mes



Objetivo 2. Ir moldeando una plataforma de información para la gente del campo y el consumo local

Estrategia 1 y sus metas. De vuelta al campo

Podcast y/o carteles de las divisas y noticias del campo

- i. Producción de un artículo o PodCast semanal con las noticias del campo y los precios de los granos más importantes, así como el desarrollo de un tema específico.

Objetivo 3. Formar audiencias en temas de divulgación científica y cultural

Estrategia 1 y su meta. CULagos en Red

Divulgación de las actividades científicas del Centro Universitario de los Lagos

- i. Notas preventivas y descriptivas de: el Seminario de Historia Mexicana (SHIM), Seminario Rosalind Franklyn y Jueves de Ciencia.

Estrategia 2 y sus metas. Tiene su Ciencia

Agregar notas de índole cultural de otros medios

- i. Agregar un artículo diario de divulgación científica tecnológica de otros medios de comunicación con buenas fuentes.
- ii. Agregar un artículo diario de divulgación científica biológica o medioambiental de otros medios de comunicación con buenas fuentes.
- iii. Agregar un artículo diario de divulgación humanística de otros medios de comunicación con buenas fuentes.
- iv. Agregar un artículo diario de divulgación socioeconómica de otros medios de comunicación con buenas fuentes.

Estrategia 3 y sus metas

Difundir el patrimonio tangible e intangible de Lagos de Moreno y sus ciudades de influencia

- i. Publicación mensual de la galería fotográfica “Tirando barrio”, que muestra y cuenta la tradición de los barrios, colonias, delegaciones y rancherías de nuestra ciudad y sus zonas de influencia.

- ii. Gif o video mensual de las fincas, museos, haciendas y edificios catalogados patrimonio de la nación.

Público objetivo o perfil básico de usuarios

Por medio de esta estrategia de marketing de contenidos, y como lo mencionamos en nuestros objetivos, pretendemos ganar públicos no dominados:

Grupo 1. Adolescentes de 12 a 16 años de edad

Habitantes de la zona urbana, estudiantes de nivel básico (secundaria) con nivel socioeconómico bajo y medio con acceso a internet mínimo 6 horas diarias, así como posesión de dispositivos móviles.

Grupo 2. Jóvenes entre 21 y 35 años de edad

Habitantes de la zona urbana y rural, con un nivel mínimo de estudios medio superior, y entre bajo y medio de socioeconómico. Acceso a internet 8 horas diarias por computadora y dispositivo móvil.

Grupo 3. Jóvenes y adultos entre 18 y 50 años de edad

Habitantes de la zona rural, con nivel básico de estudios y acceso a internet una hora diaria por dispositivo móvil.

Línea editorial

En la presente estrategia de marketing de contenidos, se han de respetar los mismos principios editoriales que se especifican en la descripción y justificación de nuestro medio de comunicación, pero a su vez decidimos redactar una línea específica que da detalles por cada estrategia:

LA PUNZADA
#LaPunzada
responsable: Dante Pedroza

¿Qué se quiere decir?

La Punzada es un proyecto de **creación** de contenidos que da información confiable sobre temas de interés para adolescentes entre 12 y 16 años

¿Cómo se quiere decir?

Un blog que tenga breves textos los cuales presenten cada temporada, integrada por 15 cápsulas sonoras de 3 minutos cada una.

Cada temporada tiene un tema general (sexualidad, redes sociales, adicciones, etc.) que se va desarrollando tópico por tópico en cada una de las 15 cápsulas. Aquí el texto introductorio que da la bienvenida al blog:

Perdidos en el limbo, entre dejar de ser niños, pero no ser todavía adultos, ¿Hacia dónde encauzar tantas preguntas? ¿Dónde encontrar respuestas? ¿A quién preguntarle? Bueno, no te daremos todas las respuestas, pero trataremos de ponerle patas y cabeza a todas esas cosas que te gustan, te interesan, te divierten o te preocupan, al final serás tú el que decida.

Canal de distribución

Página de Facebook y Twitter

Texto introductorio de 140 caracteres donde se difunda que hay un nuevo PodCast en el blog, dando la temática, agregándole una imagen ilustrativa y la liga al blog.

Tono	Lenguaje	Periodicidad
Desenfadado. Se ejerce la comunicación interpersonal entre los dos adolescentes que conducen, se hablan de tú, y se dirigen a la audiencia como la segunda persona del singular.	Coloquial, adaptado a las tendencias de charla de los adolescentes, pero filtrando palabras académicas que se explican gracias al contexto del tema.	La temporada se estrena el primer lunes de cada mes, pero se irá entregando cápsula cada día, de lunes a viernes, durante tres semanas. Hora de publicación: 9:00hrs

RESÚMELO EN UN GIF

#ResúmeloEnUnGif

responsable: Luz Atilano

¿Qué se quiere decir?

Resúmelo en un Gif es un proyecto de **creación** de contenidos que hace una síntesis de alguna problemática o tendencia sociopolítica a nivel local, nacional e internacional. Tiene el propósito de informar, de una manera breve pero responsable, a jóvenes y adultos contemporáneos entre 18 y 35 años.

¿Cómo se quiere decir?

Un Gif que contenga datos duros y blandos en frases breves sobre un tema de interés sociopolítico, pero que muchos no están enterados de manera correcta, ya que los medios masivos de comunicación no los abordan, o los abordan alienándose a los grupos de poder privados o gubernamentales. Cada Gif tendrá un máximo de 10 plantillas con 140 caracteres aproximadamente cada una.

Canal de distribución

Página de Facebook y Twitter

Texto introductorio de 140 caracteres y el Gif.

Tono	Lenguaje	Periodicidad
Concluyente, con frases concretas, cifras, fechas y hechos.	Informativo, con enunciados cortos, sin usar tecnicismos.	El primer y tercer miércoles de cada mes. Hora de publicación: 10:00hrs

DE VUELTA AL CAMPO
#DeVueltaAlCampo
responsable: Rodrigo Mata

¿Qué se quiere decir?

De vuelta al campo es un proyecto de **creación** de contenidos que resume en un artículo o PodCast lo acontecido durante una semana en temas del campo en Los Altos de Jalisco: agricultura, ganadería, apicultura. Está dirigido a la gente trabajadora de las zonas rurales, entre los 18 y 60 años de edad.

¿Cómo se quiere decir?

En un artículo breve de 400 palabras o en un audio de 13 minutos

Canal de distribución

Página de Facebook y Twitter

Texto introductorio de 100 caracteres y el enlace

Tono	Lenguaje	Periodicidad
Concluyente, con frases concretas, cifras, fechas y hechos.	Lenguaje coloquial, propio del campo, pero respetando que somos un medio universitario.	Semanal, cada sábado Hora de publicación: 10:00hrs

CULAGOS EN RED

#CULagosEnRed

responsable: Luz Atilano, Gabriela Arreola y Jonatan Gallardo

¿Qué se quiere decir?

CULagos en Red es un proyecto de **creación** de contenidos que da cuenta a la comunidad de Los Altos de Jalisco acerca de las actividades científicas y culturales del CULagos desde sus espacios consagrados, como lo son: Seminario de Historia Mexicana, Seminario Rosalind Franklyn, Jueves de Ciencia.

¿Cómo se quiere decir?

Se dará cuenta de los temas abordados en cada uno de estos espacios por medio de una nota de 420 palabras, a la cual se le añadan fotografías.

Canal de distribución

Página de Facebook

Texto introductorio de 100 caracteres y el enlace a la nota

Tono	Lenguaje	Periodicidad
Divulgativo	Formal, pero de fácil comprensión para el ciudadano de a pie.	Según sea la presentación de cada seminario.

TIENE SU CIENCIA
#TieneSuCiencia
responsable: Román Villalobos

¿Qué se quiere decir?

Tiene su ciencia es un proyecto de **agregar** contenidos de otros medios con buena reputación en materia de divulgación científica, tanto en las áreas tecnológicas, biológico-medioambientales, humanísticas y político-socioeconómicas.

¿Cómo se quiere decir?

Se agregarán artículos, e-books, notas, gifs o videos, producidos por otros medios de comunicación especializados en periodismo científico, los cuales gocen de buena reputación por sus fuentes y el tratamiento que le dan a cada producto.

Canal de distribución

Página de Facebook: artículos, e-books y notas

Instagram: Gifs y videos

Texto introductorio de 100 caracteres y el enlace a la nota

Tono	Lenguaje	Periodicidad
Divulgativo	Formal, pero de fácil comprensión para el ciudadano de a pie.	Cuatro entradas diarias, de lunes a domingo. Horarios de publicación: 10:30, 13:30, 16:30, 19:30 hrs.

TIRANDO BARRIO

#TirandoBarrio

responsable: Luz Atilano, Jonatan Gallardo, Gabriela Arreola y Dante Pedroza

¿Qué se quiere decir?

Tirando barrio es un proyecto de **creación** de galería con texto narrativo de nuestras visitas a las colonias y barrios de Lagos de Moreno y sus ciudades de influencia.

¿Cómo se quiere decir?

Por cada colonia o sector, se realizará una sesión de mínimo 20 fotografías, cada una de ellas tendrá un texto que la acompañe, para que juntos vayan contando la historia de sus calles, caminos, oficios y gente.

Canal de distribución

Página de Facebook y Pinterest

Texto introductorio de 100 caracteres y el enlace a la nota

Tono	Lenguaje	Periodicidad
Crónica	Sencillo a manera de narrativa, lleno de elementos identitarios.	Una entrada mensual, el último viernes de cada mes Horarios de publicación: 08:00 hrs.

Estrategias de monitoreo

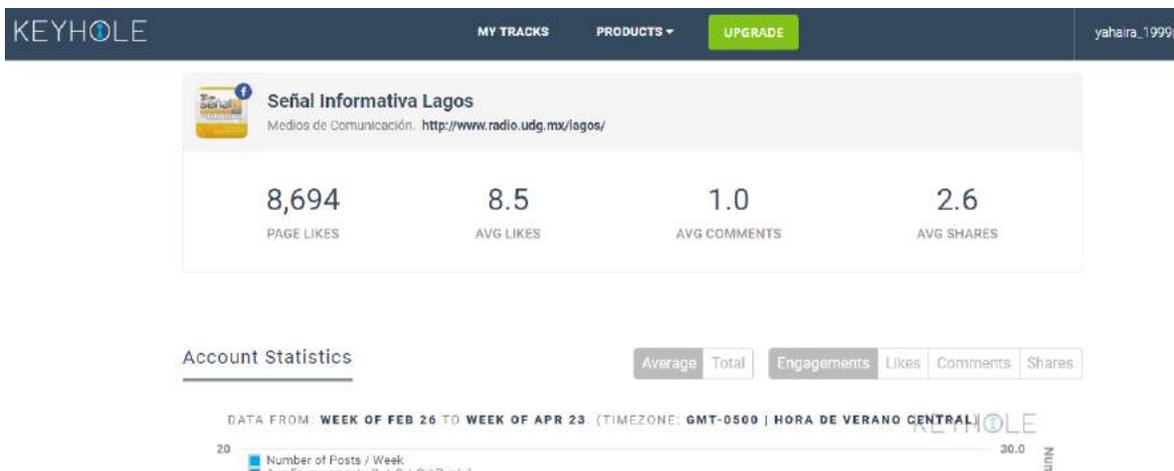
Para poder comprobar nuestro impacto positivo o negativo en redes sociales, y así concluir nuestros aciertos, omisiones y fallas, fue necesario recurrir a un monitoreo y medición mensual en estos canales.

El responsable general de la administración se vale de herramientas gratuitas y de los propios estadísticos proporcionados por cada una de las plataformas.

Evaluación de

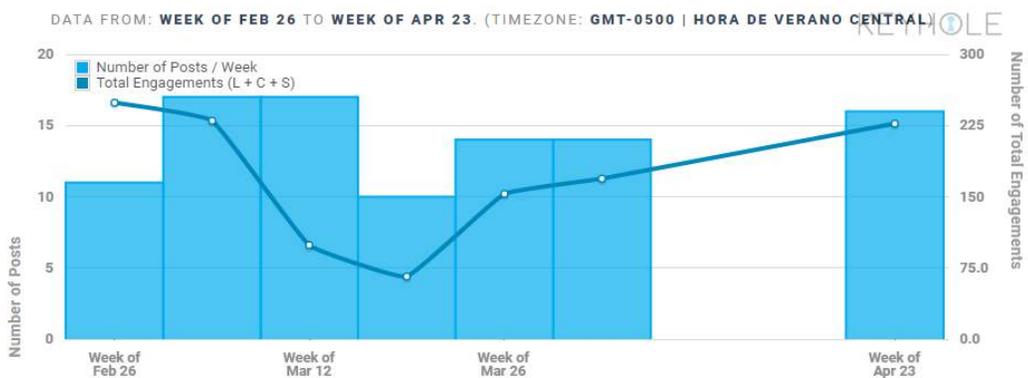
Con esta herramienta monitoreamos nuestra actividad en Facebook. Es por demás útil, aunque en su versión Premium tiene un costo mensual, pero por lo pronto, aprovechamos su versión gratuita, arrojándonos de inicio un resumen del número de seguidores, así como un seguimiento mensual de *engagement*, es decir, una lectura que toma en cuenta el total de “me gusta”, compartidos y comentarios.

Luego desglosa gráfico por gráfico el comportamiento en los rubros mencionados. Al respecto podemos decir que al momento mantenemos una media de dicho *engagement*, siendo necesario que establezcamos estrategias que nos hagan despuntar dichos números.



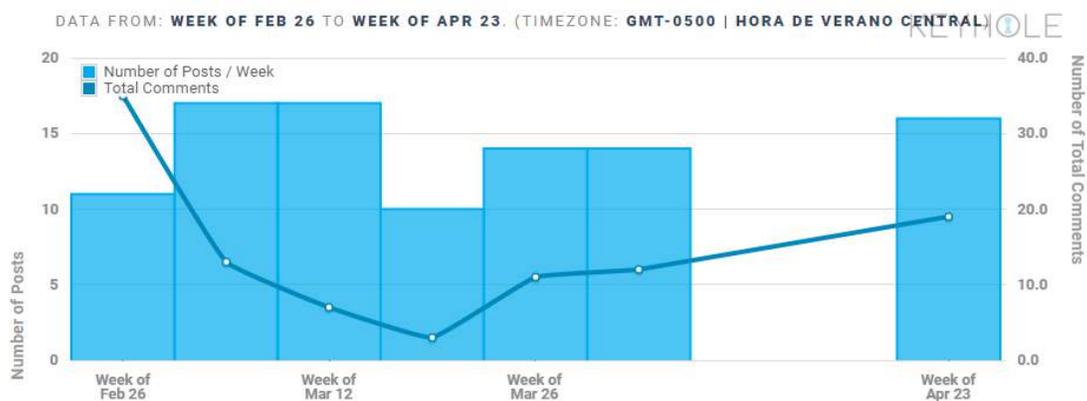
Account Statistics

Average Total Engagements Likes Comments Shares



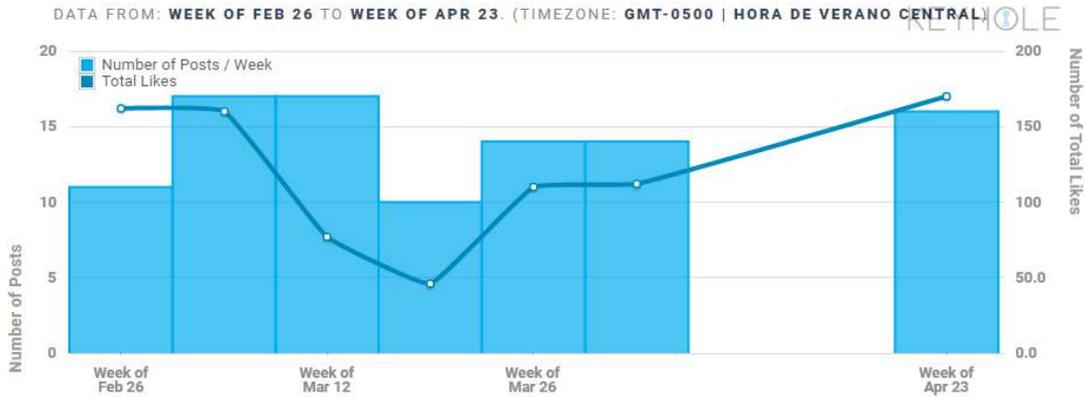
Account Statistics

Average Total Engagements Likes Comments Shares



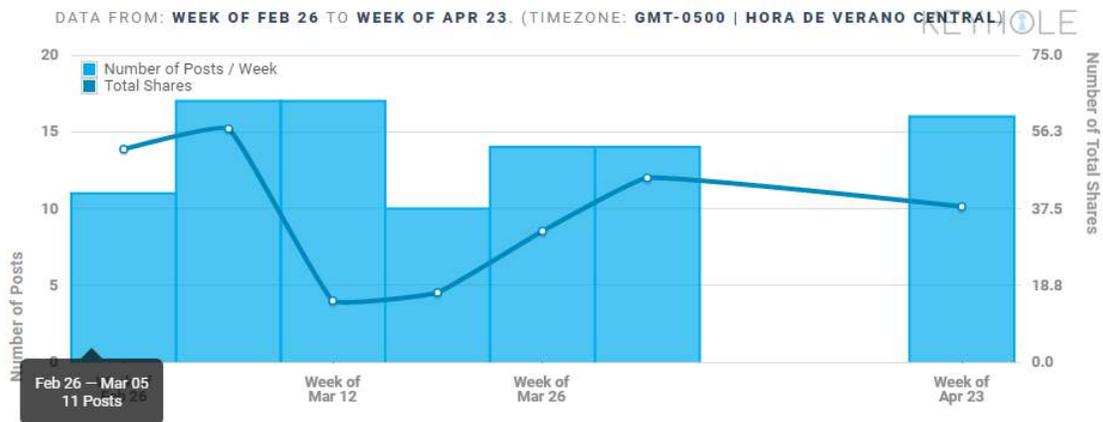
Account Statistics

Average **Total** Engagements Likes Comments Shares



Account Statistics

Average **Total** Engagements Likes Comments Shares



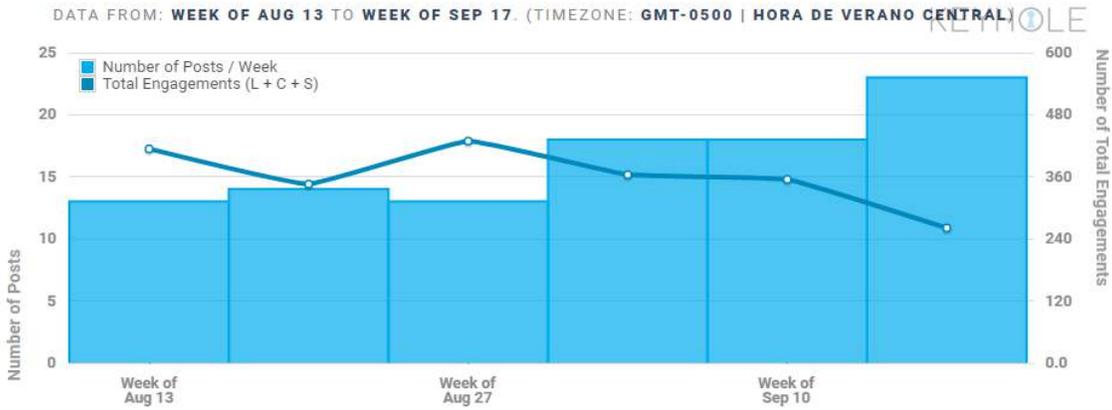
⚠ This preview will only display data for up to one year with a max of 99 posts. To view all the data for this account, [save this tracker](#)

Señal Informativa Lagos
Medios de Comunicación. <http://www.radio.udg.mx/lagos/>

9,772	16.4	1.6	3.9
PAGE LIKES	AVG LIKES	AVG COMMENTS	AVG SHARES

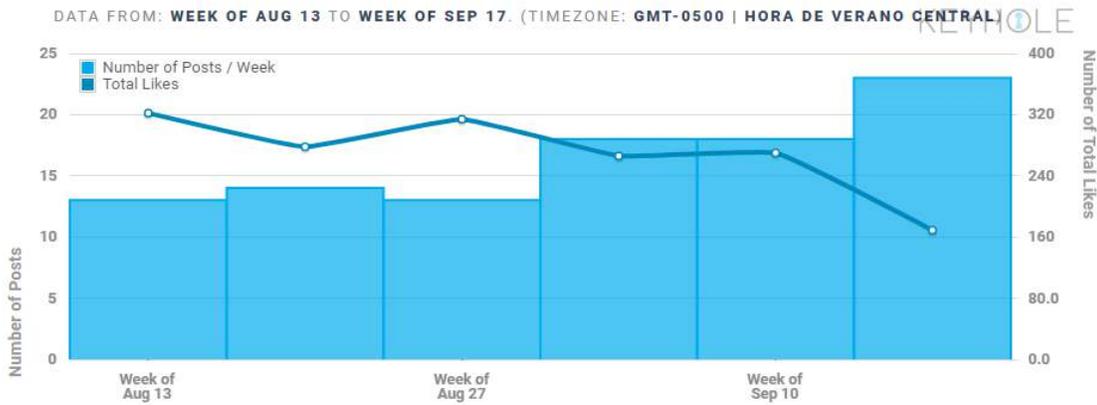
Account Statistics

Average Total Engagements Likes Comments Shares



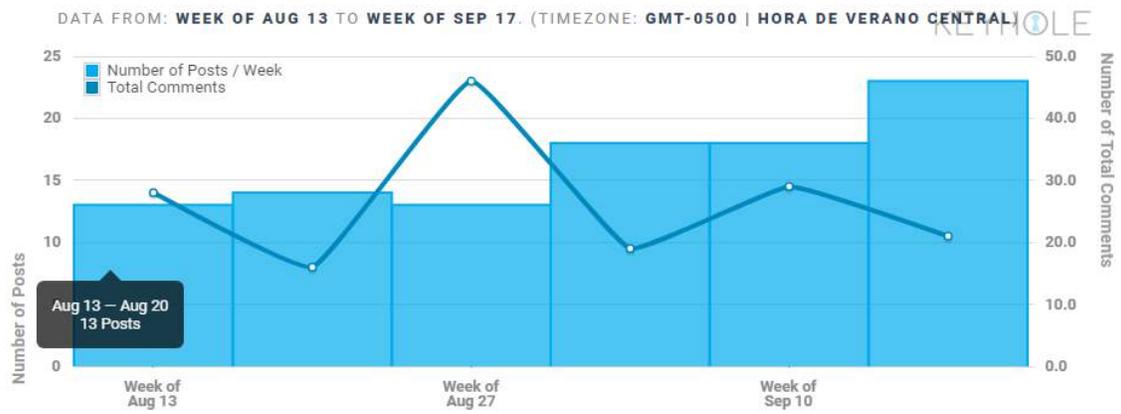
Account Statistics

Average Total Engagements Likes Comments Shares



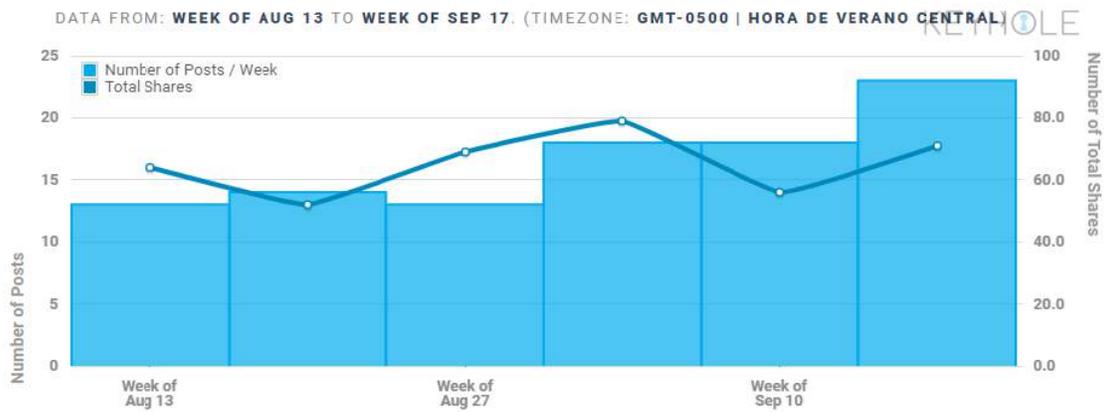
Account Statistics

Average **Total** Engagements Likes **Comments** Shares



Account Statistics

Average **Total** Engagements Likes **Comments** Shares



Top Posts by Engagements

	Likes	Comments	Shares	Post Caption	Date
	105	26	22	Puertas abiertas todos los días del año y al servicio de la comunidad universitaria Doña...	Mar 02, 2017
	28	3	29	Inseguridad y vínculos de autoridades con el crimen organizado en Unión de San Antonio Habitantes...	Apr 03, 2017
	39	2	18	Lagos de Moreno, municipio más violento fuera de la Zona Metropolitana de Guadalajara En lo que...	Mar 30, 2017
	31	5	8	Comerciante de toda la vida y al pie del cañón El señor José Alfredo Juárez, locatario del...	Apr 27, 2017
	30	5	7	La fotografía como rescate de la memoria Ricardo Huerta desarrolla su trabajo en dos áreas: la...	Apr 24, 2017
	34	0	6	Doce años de tradición cafetera en Lagos de Moreno Servicio los 365 días del año y atención...	Mar 09, 2017

Evaluación de Likeanlyzer

Esta herramienta gratuita es una de las que arroja más información de utilidad para la junta editorial de *Señal Informativa Lagos*.

Señala puntualmente que debemos mejorar nuestra tasa de respuesta, es decir, comentar cada entrada de nuestros usuarios, al ser una medida que causa fidelidad a mediano plazo.

Analiza nuestra imagen y asegura que damos una buena impresión a los usuarios, sin embargo, podemos llegar más lejos si llenamos los rubros que nos faltan en la sección “acerca de”, como podría ser la historia de nuestro medio. En este caso, nos califica con un 74%.

Contamos con un nivel de actividad 43%, por ello debemos mejorar, pero arroja una buena calificación en las variantes que utilizamos para postear, pues utilizamos texto, imágenes y video.

Es seguro | https://likealyzer.com/report/silagosudg?email=yahaira_1999%40yahoo.com&id=1806103686070660&name=Yahaira%20Padilla%20López&token=eyJhbGciOiJIUzI1

Señal Informativa Lagos Broadcasting & ... EXPLORE MY PAGES MY ACCOUNT

FRONTPAGE 100%

This page leaves a great first impression on users, nice work!

- Username silagosudg ✓
- Cover photo ✓
- Profile picture ✓
- Call to Action Message ✓
- About Medios de Comunicación, ... ✓

ABOUT 74%

You can improve this further, give followers more context and set their expectations around why they should follow this page.

Contact Information Website, Email, Phone **Excellent**

LEADERBOARD

1st

1	 Señal Informativa Lagos 9,772 Likes • 772 PTAT • 7.9% ER	53
2	 El Rio Lagos - Periodismo 6,837 Likes • 798 PTAT • 12% ER	51
3	 Region12 Oficial 35,703 Likes • 3,250 PTAT • 9.1% ER	48
4	 NotiAltos Divergente 20,309 Likes • 323 PTAT • 1.6% ER	47
5	 Testigo News 1,521 Likes • 47 PTAT • 3.1% ER	46

3.4 Plan operativo para la gestión de personal

Objetivos generales a un año para *Señal Informativa Lagos*

1. Consolidación de un equipo de trabajo capacitado.
2. Posicionarnos como un periódico digital incluyente, accesible, de contenidos periodísticos serios, objetivos y multimedia.
3. Producir de manera endógena el 90% de nuestros productos periodísticos e incluir 10% del trabajo de otros medios nacionales, sin replicar el boletín del ayuntamiento.
4. Distinguirnos por nuestras investigaciones especiales en torno a problemas de actualidad -desapariciones, violencia, discriminación de género, diversidad sexual, etc.-, presentadas de una manera multimedia.
5. Actualizar las formas de trabajo del equipo periodístico de Radio UdeG Lagos, evolucionando de una redacción tradicional a integrada según nuestro contexto.

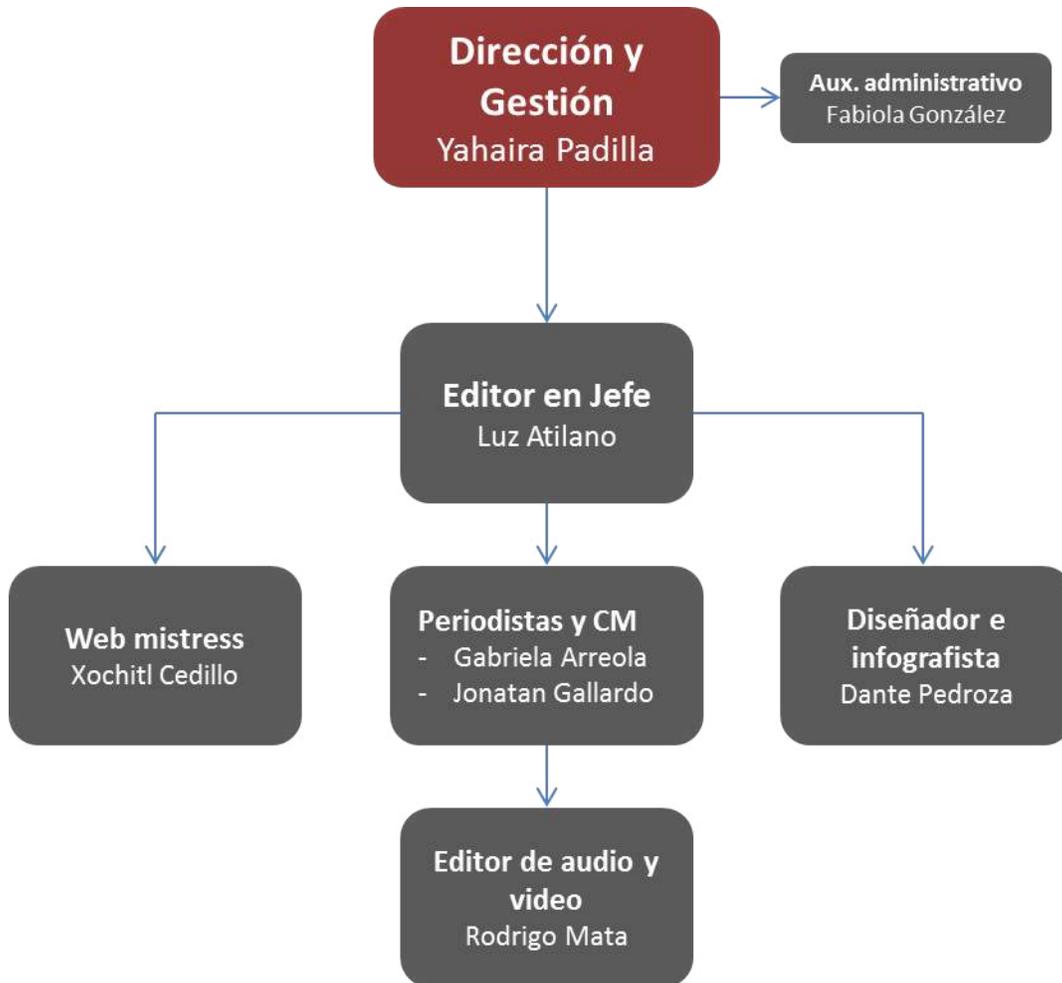
Políticas generales de la empresa

1. La capacitación constante del personal, es una política general de *Señal Informativa Lagos*, la cual compromete a sus directivos a gestionar los cursos-taller necesarios para el crecimiento profesional de los colaboradores, pero de igual modo a los trabajadores de ser autogestivos en su actualización como periodistas, productores e infografistas.
 - a. Durante el primer año de trabajo se tendrá un seminario de los derechos de las audiencias para todo el personal, los reporteros asistirán al Encuentro Internacional de Periodistas organizado por la UdeG; un curso de actualización en edición de video para los productores; un taller de locución y conducción de coberturas en vivo y un taller de fotografía.
2. El cumplimiento a cabalidad de lo estipulado en el “Decálogo de buenas prácticas periodísticas” por cada uno de los colaboradores de nuestro medio, es

una política imprescindible de *Señal Informativa Lagos*, donde especificamos las sanciones que proceden si se viola uno de los puntos, cuyas faltas habrán de evaluarse por la dirección y la junta editorial.

3. La búsqueda de alianzas estratégicas con medios regionales es una política importante para este medio, pues nos permitirá ampliar nuestra cobertura en las ciudades de influencia de nuestro medio. Esta acción será ejercida por la dirección y la junta editorial del medio, teniendo mínimo tres alianzas afianzadas al finalizar el primer año de trabajo.

Organigrama *Señal Informativa Lagos*



Funciones de cada puesto de trabajo y el perfil del empleado

Nombre	Área / Función a desempeñar	Perfil del puesto
Yahaira Padilla López	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Director General ✓ Gestión y publicidad 	Sólidas bases administrativas, de comunicación, marketing, publicidad y periodismo digital
Luz Atilano López	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Editor en jefe ✓ Community manager ✓ Periodismo de investigación 	Excelente redacción, dominio de idiomas, conocimientos en TIC'S, habilidades de investigación rápida y oportuna, comprensión profunda de redes sociales.
Gabriela Arreola Zermeño	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reportera 	Licenciado en periodismo o carreras humanísticas con dominio de TIC's, ética y facilidad para el trabajo en equipo
Jonatan Gallardo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reportero 	Licenciado en periodismo o carreras humanísticas con dominio de TIC's, ética y facilidad para el trabajo en equipo
Xochitl Cedillo	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Webmistress 	Ing. en Mecatrónica o sistemas computacionales, entendimiento de herramientas de gestión y bases de datos, saberes generales de SEO y SMO
Dante Pedroza López	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Diseñador gráfico e infografista 	Licenciado o autodidacta del diseño gráfico. Amplios conocimientos de las tendencias del diseño digital e instruccional.
Rodrigo Mata Ruiz	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Editor de audio y video 	Ingeniero o autodidacta en edición y producción de audio y video.
Fabiola González	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Auxiliar administrativo 	Licenciada en administración o contaduría, con experiencia en publicidad y mercadotecnia

Proceso de las fases de producción



Enfoque de recursos humanos

En *Señal Informativa* hemos combinado elementos de los tres enfoques principales de la gestión, a saber: la planificación y la innovación para crecer (comunicación abierta y sincera, entusiasmo y capacidad de aprendizaje y atención a las expectativas de nuestras audiencias), la constante búsqueda de la excelencia (mejora continua en la calidad, satisfacción permanente de las necesidades y expectativas del usuario, constancia, resultados medibles) y las principales exigencias de la globalización (competitividad, alta calidad, entrega oportuna, excelencia en el servicio, entre otras).

En nuestro trabajo cotidiano, entendemos que las organizaciones y el personal establecen una relación sinérgica: no hay organización sin personal ni personal sin organización. Ésta última requiere de su personal sentido de premura, resultados, aprendizaje constante y colaboración. Para ello los colaboradores requieren de su organización libertad. De ahí la importancia del liderazgo.

En el mundo actual las organizaciones se vuelven cada vez más complejas por lo que las políticas de personal deben ser claras y bien definidas, en estrecha relación con los marcos jurídicos vigentes. A su vez deben establecer políticas de planeación, selección, capacitación, evaluación, remuneración, bienestar social, seguridad e higiene en el entendido de que no son recursos humanos en el sentido literal del término, sino personas, seres humanos individuales con sus propias expectativas. Solo de esta manera se podrá contar con un recurso humano calificado.

Esta relación entre la organización, en nuestro caso el proyecto *Señal Informativa Lagos*, debe considerar los aspectos propuestos por el enfoque sistémico, el cual nos ubica dentro de una función social, entendida ésta como un macro sistema, en donde nuestra organización es un sistema, y los individuos que la componen un microsistema. Todos ellos en estrecha relación, de ahí la complejidad de dicho enfoque.

Por todo esto, comprendemos y trabajamos arduamente en los objetivos de resaltar la importancia que tiene la administración de los recursos humanos, el fomento del trabajo en equipo, la constante evaluación del desempeño y la programación de desarrollo de personal.

Capítulo 4. Resultados y Conclusiones

4.1 Informe estadístico del impacto del sitio web

Reporte de visitas o sesiones a la página

El proyecto noticioso integral *Señal Informativa Lagos* ha tenido varias etapas para lograr la convergencia entre su versión radiofónica y digital. A lo largo de este trayecto, como lo describimos en el capítulo tres, migramos de un pequeño sitio a un hosting que, aunque no de la manera más ideal, nos dio las posibilidades de un mayor alcance y mejor servicio al usuario. Con ello advertimos que, en estos momentos, el sitio no está al servicio del usuario, y que hemos reiniciado sus números, no obstante el trabajo periodístico no se ha interrumpido, y para seguir publicando, nos hemos valido de la plataforma <http://udgtv.com/radio-udg/lagos-de-moreno-xhugl-104-7-fm/>⁵, en cuyo subdominio tenemos permisos para subir información. Las entradas que, a lo largo de los últimos tres meses de 2017, hemos estado publicando en dicho sitio, las compartimos en nuestras redes sociales, lo que nos ha permitido seguir creciendo en número de seguidores.

udgtv.com/un-categoria/lagos-moreno-no-cuenta-depositos-desecho-llantas-inservibles/

Lagos de Moreno no cuenta con depósitos para el desecho de llantas inservibles

Por Radio 104.7 Lagos de Moreno 4 octubre 2017 2:11

Fuente: Observación a lo extemporáneo

Aunque se trata de un asunto en el que la Jefatura de Ecología asegura ya estar trabajando, su titular señala que no se cuenta aún con los estudios, ni con la infraestructura y equipo necesarios; y que, además, hace falta coordinación entre todas las instancias municipales con experiencia en el tema.

Por Luz Altamero

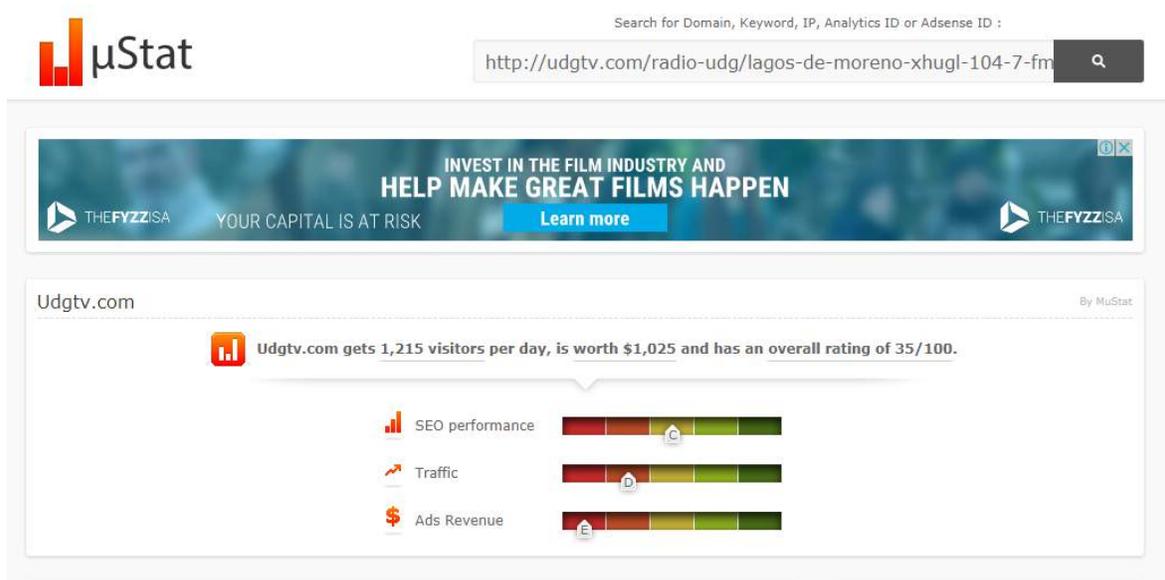
Una práctica común de la población y de negocios como vulcanizadoras es el desecho ilegal de llantas inservibles a las orillas de la zona urbana, principalmente en carteras, e incluso en ríos y arroyos. Un **problema ecológico de suma gravedad** debido a las consecuencias que puede y llega a ocasionar: como la **obstrucción de canales y desagües que se taponean y generan inundaciones, así como incendios forestales y la contaminación de fauna acuática** por el uso de sustancias tóxicas de automotores.

Tweets por @CANAL44TV

Canal 44 TV @CANAL44TV
Con un padrón de mil 236 aspirantes con derecho a votar se lleva a cabo la elección para definir al nuevo presidente del Colegio de Ingenieros Civiles del Estado de Jalisco A.C. - CICEJ. Por Julio Ríos

⁵ Dicha sección se desprende del sitio web udgtv.com, plataforma general del Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía (SURTyC), del cual depende nuestro proyecto *Señal Informativa Lagos*, el cual tiene un subdominio especial para publicación de noticias.

Según la herramienta “mustat”⁶, hasta el segundo día de diciembre de 2017, este portal canguro de nuestro proyecto, tiene un promedio de 1,215 visitas diarias, y según datos de la Lic. Andrea Gutiérrez Vargas, administradora general del sitio, el subdominio correspondiente a las noticias de Lagos de Moreno tiene un promedio de 200 visitas diarias. El promedio general del sitio nos lo da la herramienta en la siguiente figura.



Informe de contenidos publicados

Una vez conformado el equipo de periodistas y colaboradores del proyecto *Señal Informativa Lagos*, y habiendo trabajado en nuestra Junta Editorial el diseño de nuestra orden de información semanal, se acordó la publicación de cinco notas diarias en las diversas aristas del ámbito local, que permearan equitativamente las secciones planteadas de nuestro proyecto. Este ejercicio ha cumplido ininterrumpidamente desde agosto de 2017, y mostraremos aquí la orden del mes de noviembre:

⁶ www.mustat.com es una herramienta gratuita para medir el número de visitas diarias en promedio a un sitio web y su valor sin que esta tenga implementado ningún código tipo Google Analytics.

Nombre del contenido	Tipo de contenido	Reportero (a)	Instrucciones y/u objetivo del contenido	Fuentes	Fecha de entrega	Sección
Inversión de Recurso Pueblos Mágicos	Audio, texto y foto	Gabriela Arreola	Entrevista al Comité de Pueblos Mágicos y sondeo con la población para conocer su opinión	Comité Pueblo Mágico y Población	30-oct-17	Local
Reporte en Paso de las ovejas	Audio, texto y foto	Tatiana Sánchez	Atender el reporte por aguas negras en dicha zona	Vecinos	30-oct-17	Local
Otoño en Lagos: Clausura	Audio, texto y foto	Jontan Gallardo	Acudir a la clausura del Festival, a realizarse en el Teatro José Rosas Moreno el sábado 28 de octubre	Autoridades universitarias	30-oct-17	Universidad / Cultura
Bicentenario luctuoso de Pedro Moreno: concierto de la Orquesta Filarmónica de Jalisco	Audio, texto y foto	Jontan Gallardo	Asistir al concierto, donde se estrenará una cantata dedicada a Lagos y a Pedro Moreno	Integrantes de Orquesta	30-oct-17	Cultura
Convocatoria para formar parte del equipo de fútbol americano CULagos	Audio, texto y foto	Luz Atilano	Dar los pormenores de la convocatoria para formar parte del equipo	Miguel Moreno, de la Unidad de Bienestar Universitario del CULagos	30-oct-17	Universidad / Deportes
Nueva colección de Editorial CULagos	Audio, texto y foto	Gabriela Arreola	Difusión	Yamile Arrieta, Unidad Editorial del CULagos	31-oct-17	
Bicentenario luctuoso de Pedro Moreno: conferencia "Pedro Moreno, sacrificio y legado"	Audio, texto y foto	Gabriela Arreola	Cubrir conferencia a realizarse el lunes 30 de octubre a las 7:30 pm en el Teatro José Rosas Moreno	Óscar González Azuela, ponente	31-oct-17	Cultura
Perfil Artista	Audio, texto, foto y video	Jontan Gallardo	Destacar la intervención artística laguense en todas sus disciplinas	Artista	31-oct-17	Cultura
Décimo novena entrega Investigación Joel Salas	Audio, texto y foto	Luz Atilano y Gabriela Arreola	Dar seguimiento a la investigación periodística de Señal Informativa en torno del caso de la muerte de Joel Isidro Salas Armendáriz	Comisario municipal, en la próxima sesión de comisión de Justicia y Derechos Humanos	31-oct-17	Derechos Humanos
Deportes en CULagos	Audio, texto y foto	Luz Atilano	Dar a conocer la incursión del CULagos en materia de Deportes	Miguel Moreno, de la Unidad de Bienestar Universitario	31-oct-17	Universidad / Deportes
Perfil Investigador	Audio, texto y foto	Gabriela Arreola	Destacar el trabajo y las aportaciones de los investigadores del Centro Universitario de los Lagos	Investigador	01-nov-17	Universidad
Feria de ciencia, arte y tecnología del CULagos	Audio, texto y foto	Jontan Gallardo	Buscar a la división organizadora del evento para hablar sobre la programación de este año	División de la Biodiversidad e Innovación Tecnológica del CULagos	01-nov-17	Universidad
Tradición de altares de muerto	Audio, texto y foto	Jontan Gallardo	Desde el punto de vista antropológico, una explicación sobre la tradición mexicana de los altares de muerto. Explicación de sus significados y perfil de alguien que lo realice cada año para algún ser querido	Especialista, habitante	01-nov-17	Cultura
¿Cuándo se recurre a análisis clínicos para conocer tipo sanguíneo?	Audio, texto y foto	Tatiana Sánchez	Conocer las estadísticas de personas que solicitan análisis clínicos para conocer a qué tipo de sangre pertenecen: edades, motivos por los que acuden; y dar cuenta de la importancia de conocerlo	Personal del Laboratorio del Centro de Salud, de laboratorios privados y sondeo con la población	01-nov-17	Salud
Resumen Tercera división de Leones Negros CULagos	Audio, texto y foto	Luz Atilano	Dar cuenta de avances, entrenamientos y partidos del equipo de tercera división del CULagos desde su inicio hasta la fecha	Lucio Landeros, auxiliar de entrenamiento	01-nov-17	Deportes / Universidad
Estado y situación actual de cementerios en Lagos de Moreno	Audio, texto y foto	Gabriela Arreola	Cuestionar cuáles son las capacidades de los cementerios administrados por el municipio y hasta qué porcentajes están ocupados. Solicitar desglose de todos los panteones del municipio, incluidos los de la zona rural	José de Jesús Domínguez, jefe de Cementerios	02-nov-17	Local

Pobreza extrema en Lagos de Moreno	Audio, texto y foto	Gabriela Arreola	Cuestionar cuál es área o colonia con mayor número de casos de pobreza y/o pobreza extrema en la zona urbana del municipio: colonias con los mayores rezagos, con menor poder adquisitivo... Conocer cuáles son las causas y qué hacen las autoridades para trabajar en el tema. Datos que se pueden proporcionar tomando en cuenta los sitios a los que llegan con programas sociales y/o apoyos	DIF Municipal, Desarrollo Social	02-nov-17	Local
Celebración del día de muertos en Panteón de pueblo indígena	Audio, texto y foto	Jontan Gallardo	Acudir el día primero de noviembre al panteón de alguno de los pueblos indígenas de Lagos de Moreno (Moya, La Laguna o Buenavista), y realizar una crónica sobre la forma en que desde estas poblaciones se celebra el día de muertos. Conocer la tradición desde la voz de sus habitantes y preguntarles desde cuándo y a quiénes celebran	Habitantes	02-nov-17	Cultura
Costo del Segundo Informe de DIF Municipal	Audio, texto y foto	Jontan Gallardo	Dar a conocer los pormenores del gasto realizado para el Segundo Informe de DIF Municipal y contrastar con el del Gobierno de la Administración 2015-2018	Personal DIF Municipal	27-oct-17	Local
Perfil Laguense	Audio, texto y foto	Luz Atilano	Resaltar el trabajo y los oficios de los laguenses	Habitante	02-nov-17	Social
Condiciones de Libramiento Norte	Audio, texto y foto	Gabriela Arreola	Acudir al libramiento norte y preguntar opinión a usuarios frecuentes sobre las condiciones de la carretera y los peligros que existen en torno a ella debido a su estado	Usuarios	03-nov-17	Local
Dificultades de maestros rurales CONAFE	Audio, texto y foto	Tatiana Sánchez	Hacer una crónica del trabajo del maestro en comunidades rurales	Maestro CONAFE	03-nov-17	Local
Costo de renta de espacios que ocupa el Ayuntamiento	Audio, texto y foto	Jontan Gallardo	Dar a conocer la cantidad que la actual administración gasta en renta de espacios, acompañada de un sondeo de opinión de la población laguense	Autoridad que respondió la petición de Transparencia, población laguense	03-nov-17	Local
Recuento de cambios en cargos de primer y segundo nivel de la Administración 2015-2018	Audio, texto y foto	Luz Atilano	Dar a conocer el número de cambios en cargos importantes de acuerdo con la información recabada de Transparencia y realizar un sondeo de opinión con la población laguense	Información en Transparencia, población laguense	03-nov-17	Local
Agenda Cultural	Audio, texto y foto	Luz Atilano	Conocer las actividades que se realizan en el municipio, tanto oficiales como independientes	Cultura Lagos, Seminario de Cultura Mexicana, Centro Cultural de Santiago, Centro Cultural Manuel González Serrano, Biblioteca Municipal, Casa de la Cultura, Asociaciones Civiles, Cultural Sonata, Universidades	03-nov-17	Cultura

Nombre del contenido (nota)	Tipo de contenido	Reportero	Instrucciones y/u objetivo del contenido	Fuentes	Fecha de entrega	Sección
Aniversario del Museo de Arte Sacro	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Dar difusión al concierto que se ofrecerá con motivo del 7mo aniversario del Museo de Arte Sacro el martes 7 de noviembre	Personal del Museo	06-nov-17	Cultura
1er Rodada Estudiantil	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Dar cobertura a la rodada, poner atención en la cantidad de asistentes y en las declaraciones que se hagan al final	Víctor Becerra y Alfonso Borgón, de la Unidad Lagunense Empresarial	06-nov-17	Local
Pobreza extrema en Lagos de Moreno	Audio y foto	Gabriela Arreola	Cuestionar cuál es área o colonia con mayor número de casos de pobreza y/o pobreza extrema en la zona urbana del municipio: colonias con los mayores rezagos, con menor poder adquisitivo... Conocer cuáles son las causas y qué hacen las autoridades para trabajar en el tema. Datos que se pueden proporcionar tomando en cuenta los sitios a los que llegan con programas sociales y/o apoyos	DIF Municipal, Desarrollo Social	09-nov-17	Local
Costo de renta de espacios que ocupa el Ayuntamiento	Audio y foto	Jontan Gallardo	Dar a conocer la cantidad que la actual administración gasta en renta de espacios, acompañada de un sondeo de opinión de la población lagunense	Autoridad que respondió la petición de Transparencia, población lagunense	06-nov-17	Local
Candidatos independientes	Audio y foto	Luz Atilano	Dar cuenta de la convocatoria y requisitos para candidaturas independientes a diputados, gobernador y presidentes municipales	Marcelino Pérez Cardiel, director de Educación Cívica del IEPC Jalisco	06-nov-17	Local
Bicentenario luctuoso de Pedro Moreno: Conferencia "El mariscal de campo Pedro Moreno..."	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Dar cobertura a la conferencia, a efectuarse el viernes 3 de noviembre a las 7:30pm en Casa Universitaria	Dr. Moisés Guzmán Pérez, de la USNH	07-nov-17	Cultura
Tratamiento de DIF Municipal a niños rescatados	Audio y foto	Gabriela Arreola	Cuestionar qué es lo que hace DIF Municipal y la Procuraduría de Niñas, Niños y Adolescentes ante casos de rescate de niños en abandono, tomando en consideración que no se cuenta con albergues por parte de DIF y que los privados manejan otro tipo de atenciones	Presidenta o director de DIF Municipal y procurador de Niñas, Niños y Adolescentes	07-nov-17	Local
Perfil Artista	Audio, foto y video	Jontan Gallardo	Destacar la intervención artística lagunense en todas sus disciplinas	Artista	07-nov-17	Cultura
Todo sobre los aguinaldos	Audio y foto	Jontan Gallardo	Todo lo que hay que saber sobre los aguinaldos	Dr. José Dávalos Morales, especialista en Derecho Laboral	07-nov-17	Local
Inicio de capacitaciones (Comité Municipal de Salud Mental)	Audio y foto	Luz Atilano	Acudir al inicio de las capacitaciones a personal médico, sobre salud mental	Personal de la Jurisdicción sanitaria	07-nov-17	Salud
Comités vecinales	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Conocer cómo funcionan los comités vecinales y cómo puede conformarse alguno	Adrián Martínez, director de Participación Ciudadana	08-nov-17	Local
Perfil Investigador	Audio y foto	Gabriela Arreola	Destacar el trabajo y las aportaciones de los investigadores del Centro Universitario de los Lagos	Investigador	08-nov-17	Universidad
AirSpot Educational Theatre	Audio y foto	Jontan Gallardo	Dar difusión a la proyección de "Around the World in 80 days", evento promovido por FILEX	Francisco Alba, jefe de la Unidad de Lenguas	08-nov-17	Universidad
Situación de la obra en calle Francisco I Madero y petición de vecinos	Audio y foto	Luz Atilano	Se dijo que la obra culminaría antes de iniciar noviembre y no fue así, por lo que vecinos y comerciantes de la calle realizarán una petición al presidente para buscar una indemnización	Vecinos y comerciantes de calle Francisco I Madero	08-nov-17	Local
Recuento de cambios en cargos de primer y segundo nivel de la Administración 2015-2018	Audio y foto	Luz Atilano	Dar a conocer el número de cambios en cargos importantes de acuerdo con la información recabada de Transparencia y realizar un sondeo de opinión con la población lagunense	Información en Transparencia, población lagunense	08-nov-17	Local
Feria de Ciencia, Arte y Tecnología: "Exposición de carteles científicos"	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Conocer los proyectos de alumnos del CULagos	Alumnos y organizadores de Feria de la ciencia	09-nov-17	Universidad

Feria de Ciencia, Arte y Tecnología: Inauguración	Audio y foto	Gabriela Arreola	Acudir al acto protocolario de inauguración	Autoridades universitarias	09-nov-17	Universidad
Seminario Rosalind Franklin	Audio y foto	Gabriela Arreola	Dar cobertura a la conferencia del miércoles 8 de noviembre	Ponente	09-nov-17	Universidad
Bicentenario luctuoso de Pedro Moreno: Conferencia "La bio-grafía de Moreno"	Audio y foto	Jontan Gallardo	Dar cobertura a la conferencia del martes 7 de noviembre	Ponente	09-nov-17	Cultura
Perfil Laguense	Audio y foto	Luz Atilano	Resaltar el trabajo y los oficios de los laguenses	Habitante	09-nov-17	Social
Semana Cultural de Otoño en Biblioteca Municipal	Audio y foto	Tatiana Sánchez			10-nov-17	
Tratamiento de DIF Municipal a niños rescatados	Audio y foto	Gabriela Arreola	Cuestionar qué es lo que hace DIF Municipal y la Procuraduría de Niñas, Niños y Adolescentes ante casos de rescate de niños en abandono, tomando en consideración que no se cuenta con albergues por parte de DIF y que los privados manejan otro tipo de atenciones	Presidenta o director de DIF Municipal y procurador de Niñas, Niños y Adolescentes	10-nov-17	Local
Feria de Ciencia, Arte y Tecnología:	Audio y foto	Jontan Gallardo			10-nov-17	Universidad
Feria de Ciencia, Arte y Tecnología:	Audio y foto	Luz Atilano			10-nov-17	Universidad
Agenda Cultural	Audio y foto	Luz Atilano	Conocer las actividades que se realizan en el municipio, tanto oficiales como independientes	Cultura Lagos, Seminario de Cultura Mexicana, Centro Cultural de Santiago, Centro Cultural Manuel González Serrano, Biblioteca Municipal, Casa de la Cultura, Asociaciones Civiles, Cultural Sonata, Universidades	10-nov-17	

Nombre del contenido (nota)	Tipo de contenido	Reportero	Instrucciones y/u objetivo del contenido	Fuentes	Fecha de entrega	Sección
Inicio de programas sociales	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Dar cuenta de los programas sociales que iniciarán durante esta semana por parte de la dirección de Participación Ciudadana	Adrián Martínez, director de Participación Ciudadana	13-nov-17	Local
Mario Moreno Cantinflas "Un modelo a la medida"	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Cubrir la inauguración de la exposición	Eduardo Moreno, presidente de la fundación Mario E. Moreno	13-nov-17	Cultura
Taller de gestión integral de residuos	Audio y foto	Gabriela Arreola	Dar cobertura al taller y rescatar lo más importante de los temas abordados	Ponentes	13-nov-17	Ecología
Exposición pictórica Patrimonio Alteño	Audio y foto	Jontan Gallardo	Cubrir la inauguración de la exposición	Organizadores	13-nov-17	Cultura
Proyecto artístico de Dante Pedroza	Audio y foto	Luz Atilano	Resaltar su trabajo musical	Dante Pedroza	13-nov-17	Cultura
Trabajo de la Asociación civil FRATER	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Dar cuenta del trabajo que realiza actualmente la asociación y sobre los proyectos que tiene en puerta	Susana Espinoza, representante de FRATER	14-nov-17	Local
Tratamiento de DIF Municipal a niños rescatados	Audio y foto	Gabriela Arreola	Cuestionar qué es lo que hace DIF Municipal y la Procuraduría de Niñas, Niños y Adolescentes ante casos de rescate de niños en abandono, tomando en consideración que no se cuenta con albergues por parte de DIF y que los privados manejan otro tipo de atenciones	Presidenta o director de DIF Municipal y procurador de Niñas, Niños y Adolescentes	14-nov-17	Local
Perfil Artista	Audio, foto y video	Jontan Gallardo	Destacar la intervención artística laguense en todas sus disciplinas	Artista	14-nov-17	Cultura
Acreditación de carrera en Derecho (San Juan y Lagos de Moreno)	Audio y foto	Jontan Gallardo	Hablar de lo que el CULagos realiza actualmente para lograr dicha acreditación	Autoridades universitarias	14-nov-17	Universidad
Revocación de mandato Unión de San Antonio	Audio y foto	Luz Atilano	Dar seguimiento al caso, pues ya se determinó que el cabildo unionense deberá comparecer en juicio político	Enrique Hernández Guzmán, secretario técnico de la Comisión de Gobernación del Congreso del Estado de Jalisco	14-nov-17	Unión de San Antonio
Proyecto de Panel solar CULagos	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Dar a conocer los pormenores del proyecto que llevaron a cabo alumnos del CULagos	Alumnos del CULagos	15-nov-17	Universidad
Perfil Investigador	Audio y foto	Gabriela Arreola	Destacar el trabajo y las aportaciones de los investigadores del Centro Universitario de los Lagos	Investigador	15-nov-17	Universidad
Alcohol en vía pública	Audio y foto	Jontan Gallardo	Dar cuenta de la problemática que se vive en las inmediaciones a lso 100 metros con respecto a personas que beben alcohol en la vía pública, sobre todo en fines de semana	Seguridad Pública y sondeo con los vecinos	15-nov-17	Local
Pintas políticas como posicionamiento de partidos	Audio y foto	Luz Atilano	Análisis de la práctica que partidos como PRI y MC han implementado para posicionarse previo a las elecciones de 2018	Oscar Macías, vocal ejecutivo de la 02 Junta Distrital / Especialista	15-nov-17	Local
Peticiones a Transparencia CONACI	Audio y foto	Luz Atilano	Dar cuenta de las respuestas que la Unidad de Transparencia dio a integrantes del CONACI	Rubén Ruíz y Víctor González	15-nov-17	Local
Niños a escena	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Dar cuenta del programa cultural, posiblemente externado en rueda de prensa	Secretaría de Cultura Jalisco, Cultura Lagos de Moreno	16-nov-17	Cultura
Problema por molición de hueso en La Ladera	Audio y foto	Gabriela Arreola	Atender el reporte de vecinos de La Ladera	Vecinos y Cecilia Gómez, titular de Ecología	16-nov-17	Ecología
Conferencia "Feminismo y PostFeminismo"	Audio y foto	Gabriela Arreola	Cubrir Cátedra Sergio Pitot	Marta Lamas	16-nov-17	Universidad
Recursos destinados a comunidades rurales	Audio y foto	Jontan Gallardo	Balance y contraste entre las comunidades rurales que han recibido más apoyo y para qué, con las que no	Petición ante Transparencia y Víctor Alba, director de Desarrollo Rural	16-nov-17	Local

Perfil Laguense	Audio y foto	Luz Atilano	Resaltar el trabajo y los oficios de los laguenses	Habitante	16-nov-17	Social
Recomendaciones de Profeco para Buen FIN	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Advertir a las personas y darles a conocer los procedimientos a seguir en caso de adquirir productos con fallas	Personal de Profeco Jalisco	17-nov-17	Local
Quejas ante Procuraduría Social del Ayuntamiento	Audio y foto	Gabriela Arreola	Conocer cuántas quejas existen contra funcionarios públicos, contra quiénes y qué dependencias, así como los motivos más recurrentes. También explicar cómo se llevan a cabo este tipo de procedimientos	Alfredo Olvera, procurador social	17-nov-17	Local
Seminario Richard Feyman	Audio y foto	Jontan Gallardo	Dar cobertura a la conferencia del jueves 16 de noviembre a las 12 hrs en el Auditorio Horacio Padilla Muñoz	Ponente	17-nov-17	Universidad
Conurbación Lagos-León	Audio y foto	Luz Atilano	Dar cobertura a evento sobre la problemática, convocado por el Implan	Ponentes	17-nov-17	Local
Agenda Cultural	Audio y foto	Luz Atilano	Conocer las actividades que se realizan en el municipio, tanto oficiales como independientes	Cultura Lagos, Seminario de Cultura Mexicana, Centro Cultural de Santiago, Centro Cultural Manuel González Serrano, Biblioteca Municipal, Casa de la Cultura, Asociaciones Civiles, Cultural Sonata, Universidades	17-nov-17	Cultura

Nombre del contenido (nota)	Tipo de contenido	Reportero	Instrucciones y/u objetivo del contenido	Fuentes	Fecha de entrega	Sección
Aguas negras en Barrio Bajo de Moya	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Atender el reporte de vecinos de Barrio Bajo de Moya, quienes desde hace algunas semanas lidian con corrientes de aguas negras	Vecinos	20-nov-17	Local
Situación laboral en talleres de zapatos	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Señalar la situación que atraviesan y han atravesado obreros en talleres de zapatos de empresarios leoneses instalados en Lagos de Moreno	Empleados y ex empleados de talleres de zapatos	20-nov-17	Local
Avances de Proyecto La Laguna	Audio y foto	Gabriela Arreola	Dar cuenta de los avances del proyecto del CULagos	Investigadores que integran el proyecto	20-nov-17	Universidad
Grupo de Teatro	Audio y foto	Jontan Gallardo	Hablar sobre los eventos programados por su aniversario	Grupo de Teatro	20-nov-17	Cultura
Galardón López Cotilla otorgado a laguense	Audio y foto	Luz Atilano	Dar a conocer el proyecto con el que una investigadora del Tec Lagos obtuvo dicho galardón	Beatriz Esparza Ramírez	20-nov-17	Local
Reseña de Taller de Defensa Personal para mujeres	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Contar sobre el proyecto, iniciativa de estudiantes universitarias y análisis sobre la situación que propicia tener que tomar este tipo de medidas	Lorena Cortés, tallerista; asistentes al taller	21-nov-17	Local
Opinión de los laguenses sobre posible implementación de Ruta Empresa	Audio y foto	Gabriela Arreola	Conocer la opinión de los laguenses acerca de este proyecto y conocer lo que ellos consideran son las principales fallas y aspectos a mejorar de todo el transporte público en Lagos de Moreno	Habitantes	21-nov-17	Local
Perfil Artista	Audio, foto y video	Jontan Gallardo	Destacar la intervención artística laguense en todas sus disciplinas	Artista	21-nov-17	Cultura
10 años de Sonata Radio	Audio y foto	Jontan Gallardo	Acudir al concierto conmemorativo por los 10 años del programa radiofónico Sonata y ofrecer una reseña del mismo, así como de los proyectos que han surgido a la par	Hugo Acosta	21-nov-17	Cultura
Pintas políticas como posicionamiento de partidos	Audio y foto	Luz Atilano	Análisis de la práctica que partidos como PRI y MC han implementado para posicionarse previo a las elecciones de 2018	Óscar Macías, vocal ejecutivo de la 02 Junta Distrital / Especialista	21-nov-17	Local
II Encuentro de Literatura Hispanoamericana: Inauguración	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Dar cobertura a la inauguración y a los primeros eventos del Encuentro	Organizadores y autoridades universitarias	22-nov-17	Universidad
Perfil Investigador CULagos	Audio y foto	Gabriela Arreola	Destacar el trabajo y las aportaciones de los investigadores del Centro Universitario de los Lagos	Investigador	22-nov-17	Universidad
Convocatoria para II Encuentro Regional de Danza	Audio y foto	Jontan Gallardo	Dar a conocer la convocatoria y hablar qué incluirá el evento	Hugo Reyes, director de Cultura	22-nov-17	Cultura
II Encuentro de Literatura Hispanoamericana: conferencia	Audio y foto	Luz Atilano	Cubrir conferencia "Usos, autorías, apropiaciones y desapropiaciones del texto literario en lo contemporáneo"	María Alzira Brum, ponente	22-nov-17	Universidad

Peticiones a Transparencia CONACI	Audio y foto	Luz Atilano	Dar cuenta de las respuestas que la Unidad de Transparencia dio a integrantes del CONACI	Rubén Ruíz y Víctor González	22-nov-17	Local
Eventos DIF por Día Internacional de la Eliminación de Violencia contra la mujer	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Cubrir conferencia "Los derechos de las mujeres", impartida por visitador regional de la CEDHJ	José Mavio Ramírez Trejo, visitador regional de a CEDHJ (Altos Norte)	23-nov-17	Local
Quejas ante Procuraduría Social del Ayuntamiento	Audio y foto	Gabriela Arreola	Conocer cuántas quejas existen contra funcionarios públicos, contra quiénes y qué dependencias, así como los motivos más recurrentes. También explicar cómo se llevan a cabo este tipo de procedimientos	Alfredo Olvera, procurador social	23-nov-17	Local
II Encuentro de Literatura Hispanoamericana: conferencia o clausura	Audio y foto	Gabriela Arreola	Dar cuenta de las últimas actividades del encuentro	Ponentes y/u organizadores	23-nov-17	Universidad
¿Qué acciones se realizan en el municipio para combatir la violencia hacia la mujer?	Audio y foto	Jontan Gallardo	A propósito del Día Internacional de la Eliminación de la violencia hacia la mujer (25 de noviembre), ofrecer un diagnóstico de lo que se hace en el municipio al respecto, desde las autoridades, instituciones, etcétera..., cuestionando la inacción de las autoridades	Autoridades: titular de Ce-Mujer, Abril Yahaira; regidora presidenta de Comisión de Igualdad de Género, Paulina Martínez Cruz; Especialista	23-nov-17	Local
Perfil Laguense	Audio y foto	Luz Atilano	Resaltar el trabajo y los oficios de los laguenses	Habitante	23-nov-17	
Especial en memoria de Joel Isidro Salas Armendáriz, a seis meses de su muerte	Producciones especiales	Luz Atilano y Gabriela Arreola	Recuento de la investigación periodística que este espacio informativo emprendió desde la muerte del joven Joel Isidro Salas Armendáriz, el pasado 25 de mayo	Autoridades municipales y estatales Especialistas en Salud Mental Especialistas en Derechos Humanos	24-nov-17	Derechos Humanos
Entrega de por lo menos 3 productos del material planeado para vacaciones	Audio y foto	Jontan Gallardo			24-nov-17	
Entrega de por lo menos 3 productos del material planeado para vacaciones	Audio y foto	Tatiana Sánchez			24-nov-17	

Nombre del contenido (nota)	Tipo de contenido	Reportero	Instrucciones y/u objetivo del contenido	Fuentes	Fecha de entrega	Sección
TAE KWON DO en CULagos	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Dar cuenta de la incursión de deportistas universitarios (CULagos) en el Tae Kwon Do	Isaías Márquez Rojas, deportista universitario	27-nov-17	Universidad
Eventos DIF por Día Internacional de la Eliminación de Violencia contra la mujer	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Cubrir conferencia "Internet sano, uso correcto de la tecnología"	Ponentes	27-nov-17	Local
Opinión laguense sobre el actuar de Tránsito Municipal	Audio y foto	Gabriela Arreola	La mayoría de las quejas ante Procuraduría Social corresponden a Tránsito Municipal: conocer la opinión de los laguenses con respecto al actuar de los elementos de dicha dependencia y buscar la declaración oficial del titular sobre dichas quejas	Sondeo con la población / Gerardo López Santos, director de Tránsito Municipal.	27-nov-17	Local
Puesta en escena "El mismo don Juan distinto"	Audio y foto	Jonatan Gallardo	Cubrir pieza de teatro y crear una reseña entrevistando a actores	Integrantes del Grupo Renacenario de la Universidad de la Tercera Edad	27-nov-17	Cultura
Presupuesto de la Federación Distrito 02	Audio y foto	Luz Atilano	Cuestionar el papel que el Distrito 02 jugará en el Presupuesto de la Federación para 2018	Rubén Ruíz y Víctor González	27-nov-17	Local
Convocatoria para Coloquio de Temas Jaliscienses	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Dar a conocer los pormenores de la convocatoria, a cerrar el próximo 15 de diciembre	Mario Gómez Mata, jefe de Archivo Municipal de Lagos de Moreno	28-nov-17	Cultura
Nueva colección de Editorial CULagos	Audio y foto	Gabriela Arreola	Dar a conocer la nueva propuesta literaria del CULagos	Dante Medina	28-nov-17	Universidad
Perfil Artista	Audio, foto y video	Jonatan Gallardo	Destacar la intervención artística laguense en todas sus disciplinas	Artista	28-nov-17	Cultura
Festival japonés	Audio y foto	Jonatan Gallardo	Invitar al evento organizado por la Unidad de Lenguas del CULagos	Organizadores	28-nov-17	Universidad
Peticiones a Transparencia CONACI	Audio y foto	Luz Atilano	Dar cuenta de las respuestas que la Unidad de Transparencia dio a integrantes del CONACI	Rubén Ruíz y Víctor González	28-nov-17	Local
ECOS DE LA FIL: Yon Suh-hee	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Cubrir conferencia traída al CULagos en el marco de FIL 2017	Ponente	29-nov-17	Universidad
Perfil Investigador CULagos	Audio y foto	Gabriela Arreola	Destacar el trabajo y las aportaciones de los investigadores del Centro Universitario de los Lagos	Investigador	29-nov-17	Universidad
Recuento (y conteo) de personas empleadas a raíz de las jornadas de reclutamientos	Audio y foto	Jonatan Gallardo	Conocer los "empleos generados" en lo que va del año a raíz de las jornadas de reclutamiento. Cuestionar tipo de empleos que se ofrecen y salarios, haciendo hincapié en los empleos de obreros / opinión de la población	Samuel Ruíz, director de Desarrollo Económico / Sondeo con población laguense	29-nov-17	Local
Estrategia para elección de candidatos PRI	Audio y foto	Luz Atilano	Cuestionar la forma en que se elegirá a los candidatos para las elecciones de 2018	Israel Esparza Mora, presidente del Comité Municipal del PRI	29-nov-17	Local
Proyecto de Gas Natural en Lagos de Moreno / Programa vamos juntos	Audio y foto	Luz Atilano	Conocer el proyecto de la empresa en Lagos de Moreno y el marco jurídico	Lic Benito Ramírez	29-nov-17	Local
Programa Cultural Diciembre	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Conocer las actividades culturales y turísticas que se generarán para el fin de año (todo diciembre) y realizar un análisis sobre el tipo de actividades predominantes	Hugo Reyes García, director de Cultura / Ariadna Aguiñaga, directora de Turismo	30-nov-17	Cultura

Problema por molición de hueso en La Ladera	Audio y foto	Gabriela Arreola	Atender el reporte de vecinos de La Ladera	Vecinos y Cecilia Gómez, titular de Ecología	30-nov-17	Ecología
Taller de griego CULagos	Audio y foto	Gabriela Arreola	Conocer los objetivos del taller, la importancia de conocer la lengua griega...	Nueva maestra de Humanidades	30-nov-17	Universidad
Rendición de cuentas Feria y Fiestas de Agosto	Audio y foto	Jonatan Gallardo	Solicitar un informe sobre los resultados de las pasadas Feria y Fiestas de agosto y cuestionar por qué no se ha dado a conocer una rendición de cuentas sobre las mismas	Alfonso Durán y Leonardo Larios, del Patronato de las Instalaciones de la Feria	30-nov-17	Local
Perfil Laguense	Audio y foto	Luz Atilano	Resaltar el trabajo y los oficios de los laguenses	Habitante	30-nov-17	Social
Caso señora Lucila	Audio y foto	Tatiana Sánchez	Conocer la situación de la señora, quien no puede ver a sus hijos	Señora Lucila	01-dic-17	Local
Caso de robo a negocio	Audio y foto	Gabriela Arreola	Denuncia ciudadana sobre caso de robo violento, a mano armada	Afectado	01-dic-17	Local
Presupuesto Cultura 2018	Audio y foto	Jonatan Gallardo	Conocer cantidades, asignaciones y proyectos contemplados en el presupuesto. Cuestionar los rubros en los que el dinero será invertido	Hugo Reyes García, director de Cultura	01-dic-17	Cultura
Resumen Leones Negros Noviembre	Audio y foto	Luz Atilano	Resaltar el desempeño del equipo durante el mes de noviembre y perfil de jugador	Carlos Llamas, entrenador / jugador	01-dic-17	Deportes / Universidad
Agenda Cultural	Audio y foto	Luz Atilano	Conocer las actividades que se realizan en el municipio, tanto oficiales como independientes	Cultura Lagos, Seminario de Cultura Mexicana, Centro Cultural de Santiago, Centro Cultural Manuel González Serrano, Biblioteca Municipal, Casa de la Cultura, Asociaciones Civiles, Cultural Sonata, Universidades	01-dic-17	Cultura

Respecto al impacto de este trabajo periodístico digital, en convergencia con el radiofónico, en Lagos de Moreno y sus zonas de influencia, podemos destacar que, como lo planteamos en nuestros objetivos generales, somos el único medio de la ciudad que cubre un amplio espectro de temas que trastocan la cotidianidad de sus pobladores, con la finalidad de formar mejores ciudadanos, más informados de manera objetiva: la política, el arte y la cultura, la historia, los deportes, la propia ciudad como ente vivo al lado de su gente y su comercio, pero también los temas más dolorosos, como lo son la corrupción, las desapariciones, los homicidios, la discriminación y la violencia en general, son temas que nos han hecho ganar la confianza de nuestras audiencias.

Para sustentar lo anterior, ponemos como ejemplo dos de nuestras investigaciones periodísticas de largo aliento. La primera se refiere a la muerte o probable asesinato del joven Joel Isidro Salas Armendáriz, quien falleció después de haber estado bajo custodia de elementos de la Policía Municipal de Lagos de Moreno, la madrugada del 25 de mayo de 2017. A la fecha, hemos publicado 17 entregas que van revelando las omisiones, negligencias y violaciones de derechos humanos perpetrados en este lamentable suceso que concluyó con la muerte sin explicación alguna de este joven de 21 años. Somos el único medio que lleva una investigación al respecto, habiendo entrevistado a los titulares de todas las dependencias corresponsables del caso.

udgtr.com/noticias/lagos-de-moreno-noticias/60-dias-muerte-sin-esclarecer-caso-joe-isidro-salas-armendariz/

Resumen Resumido Resumido

A 60 días de su muerte, sin esclarecer caso Joel Isidro Salas Armendáriz

Por: Rafael Uribe Lagos de Moreno · 25 julio, 2017 · 49 · 0



Lagos de Moreno, Jalisco

Te presentamos un recuento de la investigación que este espacio informativo ha emprendido, en la que destacan omisiones, negligencias y violaciones a los derechos humanos del joven y de sus familiares directos.

Por Luz Atliano y Gabriela Arreola

A dos meses de la muerte de Joel Isidro Salas Armendáriz, el joven de 20 años que el miércoles 24 de mayo subió a una de las torres del templo de El Refugio con la supuesta intención de acabar con su vida, y que una vez puesto fuera de peligro murió bajo custodia de Policía Municipal, ninguna autoridad ha emitido declaraciones públicas para esclarecer el suceso.

Mientras que los familiares directos del joven se encuentran a la espera de saber lo que realmente ocurrió y consideran que la información que hasta el momento se les ha dado es insuficiente, el Ayuntamiento de Lagos de Moreno ha decidido permanecer en el mutismo

Buscar

Canal 44 TV
El Límite de la Libertad

Canal 44 TV
Para un mejor conocimiento

Con un padrón de mil 230 apremiados con derecho a votar, se lleva a cabo la elección para definir al nuevo presidente del Colegio de Ingenieros Civiles del Estado de Jalisco A.C. - CICEJ
Por: Julio Flores

Tweets por @CANAL44TV

Canal 44
@CANAL44TV

El director de los ingenieros civiles de Jalisco fueron condonados este marzo en uno de los mejores exámenes de composición de la España moderna. [Ver más noticias](#)

La segunda investigación que deseamos destacar, fue titulada “Packs: pornografía entre jóvenes”. Se trata de una moda entre los adolescentes y jóvenes, de autorretratarse desnudos o semidesnudos con sus dispositivos móviles, y luego se venden entre ellos esos paquetes de fotografías, a los cuales denominan “packs”. Nuestra investigación llevó a emprender soluciones y medidas preventivas a los directivos de varias preparatorias de la ciudad, que en su mayoría se mantenían ignorantes del tema. Así mismo, la nota tuvo relevancia estatal, llegando a tener más de 10 mil visitas en siete días. La audiencia a su vez ha manifestado, por escrito y vía telefónica, su confianza al medio, así como su reconocimiento al tipo de periodismo que hacemos.



Reporte del impacto en redes sociales

Es oportuno mencionar que nuestra incursión en redes sociales apenas comenzó con la versión digital de *Señal Informativa Lagos*, a inicios de 2016. En una primera evaluación de nuestra gestión de redes, realizada **en abril de 2017, se contaba con más de 8mil seguidores** en la fan page de Facebook, y al día de hoy, **diciembre del mismo año, ya suman 10,630**. También es sano aceptar que los adeptos al sitio se van sumando de manera

lenta si lo comparamos con las redes sociales de la competencia indirecta⁷, pero recordemos que como también lo hemos mencionado desde la gestación de este proyecto, es difícil causar el mismo *engagement* que ellos, cuando no nos valemos de la nota roja ni practicamos un periodismo amarillista.

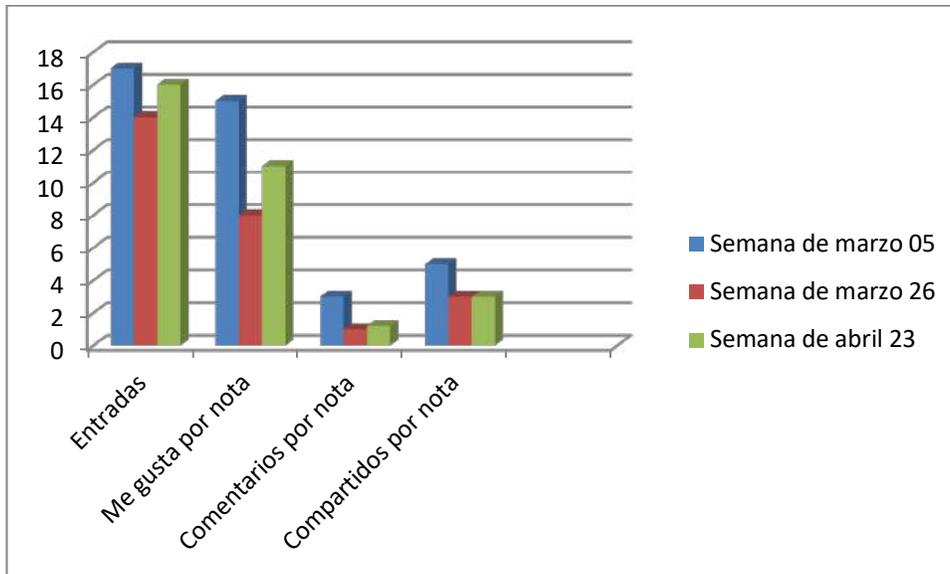
Anotaciones relevantes

Comenzaremos aceptando que no dábamos la importancia debida al uso y administración de redes sociales, y que el cursar esta asignatura nos hemos informado tanto como para darle una dimensión justa a esta actividad relativamente reciente en el periodismo. Aprendimos a respetar y valorar el papel del Community Manager, pues es a través de su trabajo que logramos una mejor interacción con nuestra audiencia, conocemos sus intereses, le mostraremos nuestro trabajo y la encausamos a nuestro sitio web.

Nuestra primera evaluación en abril de 2017 en la herramienta Keyhole respecto a nuestras entradas, nos pusieron los pies en la tierra y demostraron:

1. Falta de constancia en el número de entradas publicadas por semana, habiendo ocasiones donde se alcanzan 20, y otras que apenas revelan cuatro.
2. Lo anterior iba en concordancia con el *engagement* obtenido, pues el número de “me gusta”, comentarios y compartidos, va en relativa correlación al número de publicaciones.

⁷ En abril de 2017, *NotiAltos* contaba con 19mil seguidores y *Región 12* con 20mil. En el presente mes de diciembre, alcanzan 20, 569 y 41, 370 respectivamente.



- Que las notas con más engagement tienen que ver con temas de seguridad publicados en la sección “Ciudad”, y con historias de la vida cotidiana de los habitantes de Lagos de Moreno, publicadas en la sección “Perfiles laguenses”.

Top Posts by Engagements

	Likes	Comments	Shares	Post Caption	Date
	105	26	22	Puertas abiertas todos los días del año y al servicio de la comunidad universitaria Doña...	Mar 02, 2017
	28	3	29	Inseguridad y vínculos de autoridades con el crimen organizado en Unión de San Antonio Habitantes...	Apr 03, 2017
	39	2	18	Lagos de Moreno, municipio más violento fuera de la Zona Metropolitana de Guadalajara En lo que...	Mar 30, 2017
	31	5	8	Comerciante de toda la vida y al pie del cañón El señor José Alfredo Juárez, locatario del...	Apr 27, 2017
	30	5	7	La fotografía como rescate de la memoria Ricardo Huerta desarrolla su trabajo en dos áreas: la...	Apr 24, 2017
	34	0	6	Doce años de tradición cafetera en Lagos de Moreno Servicio los 365 días del año y atención...	Mar 09, 2017

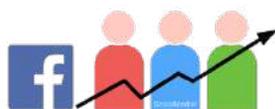
4. Que las publicaciones de nuestras investigaciones especiales tienen por mucho más *engagement* que las entradas de las notas que alimentan el “diarismo”.

Por su parte, los estadísticos mostrados por la herramienta interna de la fan page de Facebook de *Señal informativa Lagos*, también son muy reveladores en cuanto al comportamiento de nuestros usuarios, informándonos la comparativa de abril a diciembre de 2017:



Número de seguidores:

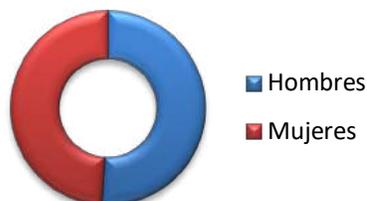
Fecha	Número de seguidores
27 de abril	76 más en esa semana, 8,000 en total
27 de noviembre	220 más en esa semana, 10,630 en total



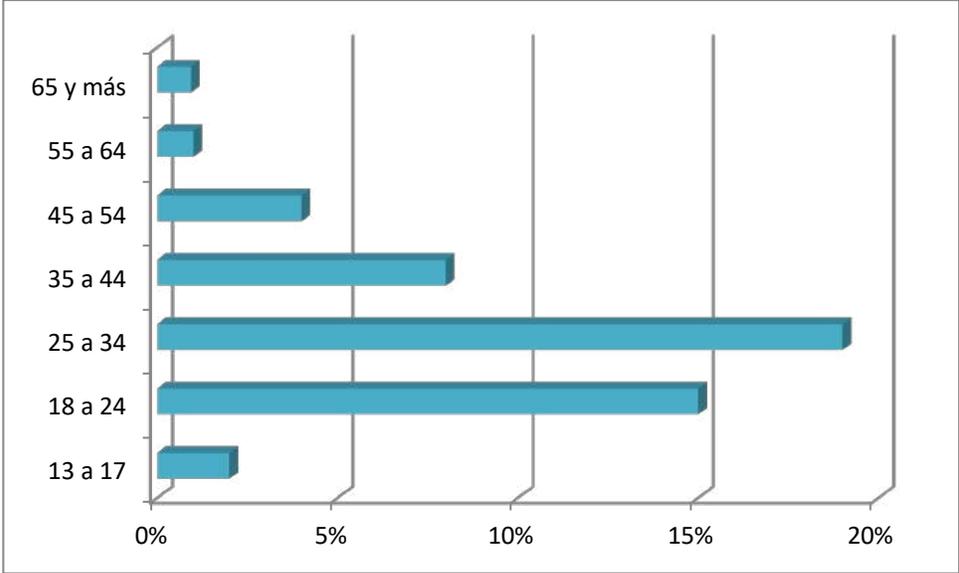
Alcance máximo:

Fecha	Alcance máximo
27 de abril	21mil personas
27 de nov	100 mil personas

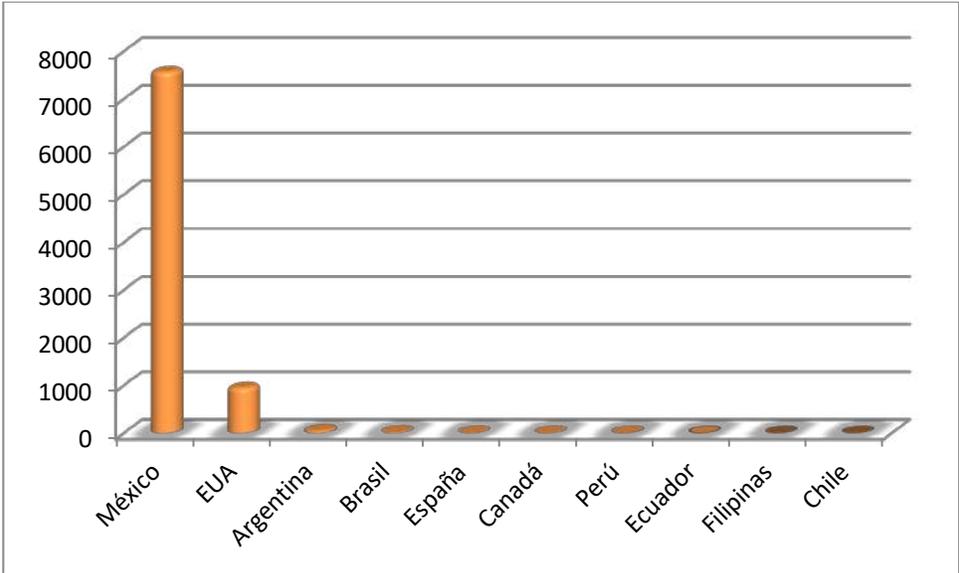
Al día de realizar este reporte (27 de noviembre de 2017), nuestra audiencia está equilibrada en cuanto al género, pues de un total de 10,630 seguidores, el 49% son mujeres y el 51% son hombres.



Así mismo, aquí se demuestra que nuestros productos periodísticos sí están siendo consumidos por nuestro público objetivo, el cual, desde el planteamiento de nuestro proyecto, contempla a los adultos entre 18 y 45 años:



Por último, nos dimos cuenta que, aunque somos un medio hiperlocal que solo cubre notas de Lagos de Moreno y sus zonas de impacto, también hay un pequeño número de seguidores de otros países y ciudades:



Así mismo, y como lo mencionamos en el capítulo uno de este trabajo, *Señal Informativa Lagos* depende del Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía de la Universidad de Guadalajara (SURTyC), dependencia que tiene presencia en las ocho regiones más importantes de Jalisco, con quienes hicimos una comparativa de impacto en cuanto al número de seguidores en Facebook, respecto al proyecto de noticias en cada región⁸:

Región	Número de habitantes	Seguidores en Facebook de Señal Informativa
Guadalajara y ZMG	4'641,511	15,711
Lagos de Moreno	164, 981	10,630
Ocotlán	99,461	2,448
Autlán	60,572	124
Ameca	60,000	Sin red social de noticias
Zapotlán el Grande	105,423	Sin red social de noticias
Colotlán	18,091	Sin red social de noticias
Puerto Vallarta	275,640	Sin red social de noticias

La lectura que podemos hacer de esta tabla resulta por demás interesante. Si recordamos que, uno de los principales objetivos de este trabajo de maestría era actualizar los trabajos del equipo periodístico de Lagos de Moreno a las demandas de los nuevos consumidores de noticias, es decir, lograr una redacción integrada que convergiera entre el trabajo radiofónico y el periodismo digital, observamos que, a un año y meses de haber comenzado, hay resultados positivos bastante evidentes en cuanto a nuestro impacto en redes, en comparativa con nuestros pares del SURTyC. Baste analizar las diferencias con el equipo matriz de Señal Informativa en la capital del estado de Jalisco, quienes, a pesar de tener más de tres años de trabajos digitales, contar con un mejor presupuesto, equipo técnico, recursos humanos y más de 4 millones de habitantes como usuarios potenciales, cuentan con poco más de 15,711 seguidores, a diferencia de los 10,630 de *Señal*

⁸ Todas las regiones tienen un proyecto noticioso en versión radiofónica, pero solo Guadalajara y nosotros, Lagos de Moreno, iniciamos la convergencia de radio y periodismo digital.

Informativa Lagos. Esto significa que *Señal Informativa Guadalajara* aproximadamente impacta al 0.4% de sus habitantes, mientras que *Señal Informativa Lagos* al 6.5%⁹.

Sin duda las mediciones tradicionales de audiencia quedaron atrás, tal es el caso del rating. Para un medio de comunicación que se desprende de una redacción integrada, como lo es la versión digital de *Señal Informativa Lagos*, fue de suma importancia poner en marcha un plan estratégico de redes sociales, y aún más actualizar semana con semana su informe de monitoreo para llevarlo a la junta editorial y tomar decisiones con base a éste.

Pese a que tenemos un uso modesto de las herramientas de medición y monitoreo de redes sociales¹⁰, el ejercicio es muy necesario. En resumen, nos llevó a ejecutar las siguientes acciones:

1. Regularizar el número de entradas a cinco publicaciones diarias (una por cada producto periodístico de nuestros reporteros), pero hacer preguntas o más entradas que resalten contenidos del interior de las notas.
2. Integrar una nota estatal, una nacional y una internacional, diariamente, dos veces al día, dando los respectivos créditos a los medios autores.
3. Una meta de 100 seguidores más al mes y provocar su interacción en consecuencia.
4. Investigaciones especiales en torno a los temas de seguridad, al ser notas con esa inclinación las que más *engagement* han tenido en nuestras dos evaluaciones integrales.
5. Difundir más y dar mejor producción multimedia a las notas de la vida cotidiana de los habitantes de Lagos de Moreno, pues han sido las entradas más comentadas y compartidas.
6. Hacer notas acerca de las ciudades norteamericanas donde se encuentran lagunenses que interactúan en nuestras redes sociales, comenzando por San José y Los Ángeles, California.

⁹ No se pudo hacer la comparativa con el número de usuarios potenciales, pues no se cuenta con un número aproximado de internautas consumidores de noticias en la ZMG ni en Lagos de Moreno.

¹⁰ Las mejores herramientas de medición tienen un coste que no está previsto en los primeros dos años de lanzamiento del proyecto.

4.2 Informe del plan de financiamiento

En esta primera etapa, nos sentimos satisfechos con las metas logradas en cuanto a las cuatro estrategias de financiamiento propuestas, de las cuales damos cuenta en la siguiente tabla:

Estrategia	Porcentaje logrado	Observaciones
Financiamiento institucional de la Universidad de Guadalajara, para sueldos y equipamiento.	100%	Tanto el SURTyC y el CULagos, apoyaron para la contratación del personal necesario para esta nueva redacción integrada.
Financiación colectiva y trabajos voluntarios	50%	No se logró arrancar el proyecto de financiación colectiva debido a la reestructuración del portal. No obstante, actualmente contamos con dos jóvenes haciendo voluntariado en el área de producción y reporte.
Contenidos patrocinados y publicidad a través de banners	0%	No se logró arrancar este proyecto debido a la reestructuración del portal.
Otros apoyos institucionales destinados a gastos de producción, equipamiento e insumos.	100%	Tanto el SURTyC y el CULagos nos apoyaron para concretar la compra de equipo necesario, así como dotar de un aguinaldo a nuestro personal

4.3 Plan de mejora del medio

Objetivo general estratégico 1: Concluir la tercera etapa de reestructuración del sitio y hacer el relanzamiento oficial				
Objetivo específico (acción o tarea a realizar)	Responsable de implementar la acción.	Recursos que se requieren para implementar la acción.	Fecha de inicio*	Fecha de término*
Alimentación del sitio en el nuevo hosting	Webmistress y dirección general	\$64 dólares	01 dic 17	08 ene 18
Optimizar el uso de widgets con espacios publicitarios	Webmistress y dirección general	-	08 ene 18	-
Mejorar la técnica de escritura para sitios web	Editor en jefe y reporteros	Socialización y uso del manual de redacción	08 ene 18	-

Objetivo general estratégico 2: Educación continua del personal para el cumplimiento de las actividades periodísticas de una redacción integrada.				
Objetivo específico (acción o tarea a realizar)	Responsable de implementar la acción.	Recursos que se requieren para implementar la acción.	Fecha de inicio	Fecha de término
Taller de edición de audio	Dirección general para impacto de reporteros y editores	-	02 feb 18	03 feb 18
Realización de un taller intensivo de redacción periodística para sitios web	Dirección general para impacto de reporteros y editores	\$6000	16 feb 18	17 feb 18
Taller vivencial de fotografía	Dirección general para impacto de reporteros y editores	\$2000	02 mar 18	03 mar 18
Taller de edición de video	Dirección general para impacto de reporteros y editores	\$2000	16 mar 18	17 mar 18

Todos los escritos y materiales audiovisuales destinados a un medio de comunicación, están sujetos a leyes internacionales y nacionales que los regulan en materia de privacidad, censura-libertad de expresión y propiedad intelectual, con independencia de los criterios particulares adoptados en cada país con respecto a estos temas. Este postulado reviste una especial importancia para los medios electrónicos en una época marcada por el uso de la Internet y caracterizada por el dominio de la globalización en todos los procesos económicos, sociales y políticos.

Al entrar a un ciberespacio, cualquier nota está disponible en tiempo real para ser conocida por ciudadanos de distintas latitudes quienes viven bajo formas diferentes de gobiernos y de leyes y quienes a pesar de no estar sujetos a las leyes del país en donde se generó la nota, tienen instrumentos legales para hacer valer sus derechos en el caso de que estos fueran violentados por el medio que la transmitió.

Estos instrumentos se encuentran inscritos en diferentes convenios internacionales firmados por la mayoría de países y están sujetos a la supervisión y sanción de organismos y tribunales internacionales, para garantizar un orden mundial equitativo en el ámbito de las tres esferas que involucran el trabajo periodístico: privacidad, censura-libertad de expresión y propiedad intelectual.

Por eso es muy importante que los medios electrónicos conozcan muy bien la forma en que funcionan estos mecanismos y las posibles sanciones en las que pueden incurrir en el ejercicio de su función. Un periodista de un medio electrónico está obligado a conocer y respetar las principales regulaciones que en esta materia establecen los organismos internacionales y no limitarse exclusivamente a conocer lo que al respecto sanciona el marco legal de su país.

Los periodistas deben saber también que el uso de herramientas y redes, así como los contenidos, están regulados por una jurisprudencia internacional la cual puede sancionar tanto al periodista, como al medio o incluso al país de donde proviene la nota. En ese mismo sentido, el medio, al enviar contenidos al ciberespacio, también adquiere compromiso cara a cara con los usuarios de otras latitudes, compromisos que tal vez no se

encuentren plasmados en el derecho internacional, pero que son fundamentales para una buena práctica periodística que incluye la credibilidad del medio.

Este compromiso implica una postura ética de la empresa y del periodista frente a su posible usuario, el cual seguramente pertenece a una cultura y tiene otros valores distintos a los de quien emite el contenido.

El respeto a la privacidad, a la libertad de expresión y a la propiedad intelectual de otras civilizaciones, usos, costumbres y valores, deberá estar presente en ese acuerdo ético que se establece desde el primer momento en el que se investiga, recoge la información y se redacta una nota.

La confianza es la columna medular de un medio de comunicación. Sin ésta, sus contenidos pierden valor en el mercado global de la información. Por ello, la claridad en su marco jurídico regulador y la postura ética entre el medio y el usuario, deberán de ser una parte importante en las herramientas de cualquier periodista que genere contenidos para un medio electrónico.

Esquema de los servicios periodísticos de Señal Informativa Lagos y la legislación por la cual se rigen

Servicio o actividad	Responsable	Tipo de Derecho	Normativa
Reporteo de notas locales en Lagos de Moreno, Jalisco	Director y editor en jefe	Libertad de expresión Derecho a la información Derechos de autor	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Art. 6 y los reglamentos que de este artículo emanen Ley Federal del Derecho de Autor. Art. 84
Producción de notas y reportajes que atañen violación a los derechos humanos y crímenes de lesa humanidad (desapariciones forzadas, feminicidios, explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, etc.).	Reporteros y junta editorial	Derechos humanos	Ley General de Víctimas. Art. 115, fracciones VIII, IX y XI; Art. 118, fracción XI; Art. 12, fracción VIII; Art. 74, fracción IX Ley General en Materia de Desaparición Forzada de Personas. Art. 8; Art. 53, fracción XXII; Art. 81, fracción II y V; Art. 99, fracción XIX
Producción de notas y reportajes cuyos actores o fuentes pueden ser menores de edad	Reporteros y conductores	Derechos de la infancia	-Convención sobre los Derechos del Niño, de las Naciones Unidas (Artículo 12, 13, 17, 40 -Manual de niñez y periodismo. Un aporte para el trabajo periodístico comprometido - Red de Información sobre los Derechos del Niño (CRIN): Cómo entrevistar y hacer reportajes sobre los niños. -Principios éticos para informar acerca de la infancia

			(UNICEF) -Reglas Mínimas de Naciones Unidas para la Administración de Justicia de Menores (aprobadas por la Asamblea General en 1985).
Boletín de usuarios	Webmáster	Derecho de Privacidad	Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, Artículo 3, fracc. 4, Artículo 7.
Incorporación de notas estatales, nacionales e internacionales de otros medios de comunicación, en nuestras redes sociales	Administrador de redes sociales	Derechos de autor	Ley Federal del Derecho de Autor. Art. 27, 147, 148 inciso II, 150 inciso II
Participación de analistas	Editor de analistas	Derechos de autor	Ley Federal del Derecho de Autor. Artículo 82, 87, 173
Producción audiovisual	Diseñador y productor audiovisual	Derechos de autor	Ley Federal del Derecho de autor. Art. 68, 69, 70, 71, 72, 84, 94, 95, 96, 97, 98, 99 y 100.
Fotoperiodismo, galerías y diseños de imágenes	Fotógrafo y diseñador	Derechos de autor	Ley Federal del Derecho de autor. Art. 84, 88, 89 y 90.
Notas sonoras	Productor radiofónico y reporteros	Derechos de autor	Ley Federal del Derecho de autor. Art. 84 y del 129 al 134.

Directiva empleados

Señal Informativa Lagos tiene un serio compromiso con sus audiencias y está al servicio de ellas. Cada miembro del equipo: reporteros, editor en jefe, productores, analistas, webmáster, diseñador gráfico, administrador de redes sociales, prestadores de servicio social, practicantes, voluntarios y directora, y todo el personal involucrado en el proceso creativo radiofónico, de nuestra versión digital y nuestras redes sociales, para la creación y difusión de información, sabrá que su trabajo se debe, es, está concebido para servir al otro, al público y a lo público, y su ejercicio periodístico atenderá a esta directiva.

Para *Señal Informativa Lagos*, las fuentes no son seres anónimos, aunque en ocasiones se deba conservar su anonimato. Las fuentes son seres humanos a los cuales una indiscreción del periodista o un mal manejo de la información los pueden exponer a todo tipo de represiones, que pueden ir desde la crítica familiar, la sanción o el despido laboral, o hasta poner en riesgo su propia vida. Por eso también en nuestra labor, es imprescindible revisar la “confiabilidad” de la fuente, ya que muchas personas no son conscientes del riesgo al que pueden exponerse y se apresuran a dar la información que el periodista quiere oír. Así mismo, es muy importante “cruzar” la información de diferentes fuentes, aceptando las opiniones contrastantes.

El colaborador de *Señal Informativa Lagos*, estudia para hacer su trabajo de manera acuciosa, original, crítica y responsable y no seguir únicamente las fuentes que le son indicadas por dirección o el editor en jefe.

En *Señal Informativa Lagos*, la relación entre compañeros está basada en el respeto, la honestidad y la solidaridad haciendo a un lado la envidia, la competencia descarnada en la carrera por la nota y cualquier otra acción que vaya en demérito del trabajo en equipo, como lo es el plagio, tanto entre compañeros de la misma empresa, como a colegas de otros medios. Sabrán que todo trabajo es perfectible y ni el éxito económico o el reconocimiento social deben hacerle pensar que ya no tiene nada que aprender de su profesión.

Señal Informativa Lagos es un medio hiperlocal, y a través de sus distintos canales, aspira a ser una referencia obligada en la opinión sociopolítica del laguense y de los habitantes de los Altos Norte de Jalisco, sin embargo, no olvida que a través de su portal de internet y sus redes sociales, su información está al de cualquier persona del mundo, por ello habrá de tomar en cuenta la otredad, los acuerdos internacionales, acatando los siguientes compromisos que responden al respeto, la objetividad, libertad y responsabilidad:

De la objetividad, la privacidad y las fuentes

1. Toda labor de los colaboradores de *Señal Informativa Lagos* estará orientada al servicio del otro, quien necesita estar informado con objetividad y veracidad. La opinión y las creencias de cada miembro del equipo, no deben imponerse a las de la audiencia.
2. En el ejercicio de su labor, los colaboradores deberán cuidar sus fuentes, no exponerlos a actos que los perjudiquen por la información que por su conducto hicieran pública.
3. Siempre deberán revisar la veracidad de sus fuentes. “Ganar” una nota no es pretexto para publicar información dudosa o no confirmada.
4. Siempre deberán tener la opinión de diversas fuentes, la información que proviene de una sola no es una información objetiva.
5. La objetividad de las notas de *Señal Informativa Lagos*, estará dada por un buen manejo y análisis de las fuentes, no dictada por los intereses externos del medio informativo.
6. El responsable de la base de datos con la información de los usuarios, deberá respetar celosamente la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares. Cualquier violación a la misma, por mínima que sea, será causal de despido inmediato, y se pondrá en manos de las autoridades pertinentes para los efectos legales que sus acciones puedan merecer.

Del profesionalismo y relación entre compañeros

7. El respeto absoluto al trabajo de los compañeros está por encima de la consecución de una información.
8. El colaborador procurará la originalidad y la constante renovación de sus notas. El hacerse especialista no lo debe llevar a repetirse ni a menospreciar el trabajo de sus compañeros. La originalidad deberá estar presente en todos y cada uno de los productos de la dependencia: temáticas, titulares, textos, fotografías, imágenes, videos, audios, etc.
9. *Señal Informativa Lagos* apuesta por la buena formación de sus integrantes, y día con día les inyecta un alto sentido de la ética y la honestidad en su ejercicio periodístico atendiendo la Ley General del Derecho de Autor. Cualquier integrante será sancionado o incluso despedido según lo decida la Junta Editorial, si es que lamentablemente recurriera al plagio, total o parcial, en cualquiera de sus variantes.
10. Todo material agregado de otros medios de comunicación a cualquier canal de *Señal Informativa Lagos*, incluyendo las redes sociales, deberá ser atribuido y perfectamente citado, y solo habremos de darle cobertura si el medio autor del trabajo periodístico lo permite.
11. Toda la información que se transmita es perfectible. Ninguna nota está totalmente acabada ni contiene la última palabra sobre el tema tratado.
12. Ninguna nota debe acomodar la información contenida para satisfacer los criterios del director o del editor en jefe, los cuales insinúen garantizar la permanencia del colaborador en el medio.
13. El colaborador es consciente de la responsabilidad que su trabajo tiene sobre la vida y las decisiones que otros toman y que a su vez impactan a otros.

14. Los colaboradores no deberán aceptar regalos que desencadenen un conflicto de interés en su ejercicio periodístico, y de ser así, deberá informarlo a la brevedad a la junta editorial.

De la confidencialidad y el uso de redes sociales

15. El material generado por los colaboradores durante su desempeño en Señal Informativa Lagos (bien sea texto, fotografía, video, audio o diseño gráfico) no podrá ser usado antes de ser publicado en nuestros canales oficiales de información (sitio web, radio y redes sociales).
16. El colaborador de Señal Informativa Lagos, podrá compartir en sus redes sociales los trabajos periodísticos que en este medio se generen, después de que se hayan cumplido los protocolos de publicación del medio, referenciando el material atendiendo las normas de derechos de autor, como propiedad de Señal Informativa Lagos.
17. Debido a la agilidad con que el usuario de internet puede asociar los blogs y redes sociales de los colaboradores de Señal Informativa con la imagen de este medio, si bien están en su derecho de publicar reflexiones periodísticas a sus blogs y páginas externas, no deberán publicar información obtenida a través de su trabajo en Señal Informativa Lagos, ni manifestar a través de las redes oficiales del medio su inclinación o detracción por candidatos o partidos políticos. Tampoco podrán difundir información no pública generada en este medio, para su beneficio personal.
18. Las redes sociales oficiales de Señal Informativa Lagos serán a través de Facebook, Twitter y Whatsapp: @silagosudg y 4747379607, mismas que tendrán la función de fuente informativa para dar avisos de última hora y como fuente de socialización de los contenidos de nuestro sitio web, lo que redundará en un mayor tráfico al mismo.

19. En punto de las 07:00hrs., se publicarán las 5 notas de la sección “Ciudad” e infografías relevantes; a las 09:00hrs., la sección de opinión; a las 12:00hrs., información del CULagos y secciones especiales, guardando las formas de nuestra guía de estilo y redacción para el sitio web.
20. Cuando existan fallas de redacción o se haya publicado algún dato falso o erróneo, se deberá publicar inmediatamente una fe de erratas, refiriendo la entrada que tiene el error de raíz.
21. La interacción con la audiencia por medio de redes sociales, deberá ser inmediata. Si el usuario publica algún dato relevante y hemos comprobado su veracidad, compartirlo dándole el crédito.

De nuestra línea editorial

22. Se respetará la privacidad de los personajes públicos, si el hacerlo no compromete al derecho a la información.
23. El derecho a réplica se tomará en cuenta, máxime si los sujetos aludidos en alguna publicación de Señal Informativa Lagos comprueban que se dijo alguna mentira u omisión de información en su perjuicio.
24. No se cometerá plagio alguno en forma total o parcial. Para referir o valerse de los productos periodísticos de algún otro medio o de alguna dependencia del Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía de la Universidad de Guadalajara, se citará o dará el crédito de manera puntual.
25. Nuestro ejercicio periodístico no contempla el amarillismo ni la nota roja. Antes bien, damos lecturas serias y académicas a las problemáticas sociales que aquejan a los habitantes de Lagos de Moreno y sus ciudades de impacto.
26. Cada uno de los colaboradores deberá velar por la credibilidad de Señal Informativa Lagos, evitando agredir o enaltecer a partidos o personajes políticos, o perder la objetividad en una nota, reportaje, entrevista, etc.

27. Todo lo contemplado con lujo de especificación en este código, deberá ser tratado en la Junta Editorial de Señal Informativa Lagos.
28. En cuanto a nuestro sitio web, la interactividad y comentarios públicos de nuestros usuarios, no son responsabilidad de Señal Informativa Lagos. Éstos serán respetados por la unidad responsable, sin ser eliminados o modificados siempre y cuando no se salgan de contexto, no se maneje el insulto y no sean publicidad franca o entre líneas.
29. Como principal referente de la lengua, usamos el Diccionario del Español de México –DEM– y solo se cita a la RAE cuando se agotaron los referentes académicos nacionales. El uso de lenguaje coloquial, palabras extranjeras o altisonantes, se usarán sólo si el contexto del producto periodístico lo justifique.

Directiva usuarios

El Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía, a través de Radio Universidad de Guadalajara en Lagos de Moreno, Jalisco, da a conocer su portal web de noticias locales **www.senalinformativagalagos.com**, que en adelante denominaremos *Señal Informativa Lagos* en el cual se publicará contenido informativo original, cuya audiencia habrá de consumir atendiendo sus responsabilidades como usuarios.

De la reproducción de nuestros materiales en medios de comunicación televisivos, radiofónicos, impresos, digitales y redes sociales

Señal Informativa Lagos declara que de acuerdo a los artículos 85, 131, 137, 144 y 148 de la Ley Federal del Derecho de Autor ejercerá su derecho a **autorizar** la reproducción directa o indirecta, total o parcial de sus obras fotográficas, fonogramas, videogramas, emisiones, artículos, notas, reportajes y entrevistas, así como la explotación directa o indirecta de los mismos sin ningún costo, siempre y cuando se cumplan los requisitos de citación y reproducción que a continuación especificaremos.

I.- Obras fotográficas

Pueden ser reproducidas con su respectivo pie de página donde se detalla el nombre del fotógrafo. De ser una galería debe ser reproducida con todos los pies de página que el fotógrafo o fotógrafos hayan escrito para describir la obra. De no tener pie de página con el nombre del fotógrafo la reproducción es libre.

II.- Fonogramas y emisiones

Los audios, entrevistas, notas, opiniones y colaboraciones deben de ser citados primeramente con el nombre del medio del cual se extrae (Radio Universidad de Guadalajara), el nombre del medio noticioso (Señal Informativa Lagos), nombre del reportero, locutor, colaborador o productor del programa al cual se le atribuye la autoría y la fecha en la cual se publicó.

Ejemplo 1 Entrevista extraída de Radio Universidad de Guadalajara, Señal Informativa Lagos, por Luz Atilano del día 21 de marzo de 2017.

Ejemplo 2 Nota de Radio Universidad de Guadalajara, Estatuas de Sal, por Natalia Antuñano del día 3 de febrero 2016.

III.- Videogramas

Las producciones en video, slides y gif tendrán logo, marca de agua y/o cintillo que deben ser reproducidas tal cual las hemos publicado.

IV.- Artículos, notas, reportajes y entrevistas

En las versiones de corte editorial publicadas en el sitio web o en nuestras redes sociales deben reproducirse citando al noticiero Señal Informativa Lagos con el nombre del periodista, también deben incluir la URL origen del sitio web o un hipervínculo en las palabras *Señal Informativa Lagos* que re direcciona al sitio www.senalinformativalagos.com

Debido a la amplia gama de producciones, también declara que de acuerdo a los mismos artículos y la misma Ley antes mencionados, ejercerá su derecho a **prohibir** la reproducción directa o indirecta, total o parcial de algunas de sus obras fotográficas, fonogramas, videogramas, emisiones, artículos, reportajes y entrevistas, así como la explotación directa o indirecta de los mismos. En este caso particular emitiremos comunicados cada vez que el material no deba ser reproducido.

Todo lo anterior, se respalda en los siguientes apartados de la Ley General del Derecho de Autor:

Obras Fotográficas, Plásticas y Gráficas

Artículo 85.- Salvo pacto en contrario, se considerará que el autor que haya enajenado su obra pictórica, escultórica y de artes plásticas en general, no ha concedido al adquirente el derecho de reproducirla, pero sí el de exhibirla y el de plasmarla en catálogos. En todo caso, el autor podrá oponerse al ejercicio de estos derechos, cuando la exhibición se realice en condiciones que perjudiquen su honor o reputación profesional.

Productores de Fonogramas

Artículo 131.- Los productores de fonogramas tendrán el derecho de autorizar o prohibir la reproducción de sus obras.

Productores de Videogramas

Artículo 137.- El productor goza, respecto de sus videogramas, de los derechos de autorizar o prohibir su reproducción, distribución y comunicación pública.

Organismos de Radiodifusión

Artículo 144.- Los organismos de radiodifusión tendrán el derecho de autorizar o prohibir respecto de sus emisiones.

De la Limitación a los Derechos Patrimoniales

Artículo 148

II. Reproducción de artículos, fotografías, ilustraciones y comentarios referentes a acontecimientos de actualidad, publicados por la prensa o difundidos por la radio o la televisión, o cualquier otro medio de difusión, si esto no hubiere sido expresamente prohibido por el titular del derecho.

De los derechos del usuario

Señal Informativa Lagos respeta el derecho de sus usuarios, y si estas los consideran vulnerados, pueden escribir su queja al correo electrónico defensor.audiencias@udgtv.com. Por tanto, este medio se compromete a velar por el cumplimiento de los siguientes derechos:

1. Que los contenidos que se presentan respeten los derechos humanos, el interés superior de la niñez y la igualdad de género.
2. Que los contenidos sean libres de discriminación.
3. Que la información publicada propicie:
 - La integración de las familias diversas

- El desarrollo armónico de la niñez
 - El mejoramiento de los sistemas educativos
 - La difusión de los valores artísticos, históricos y culturales
 - El desarrollo sustentable
 - La difusión de las ideas que afirmen nuestra unidad nacional.
 - La igualdad de género entre hombres, mujeres y otras identidades sexogenéricas
 - La difusión del conocimiento científico y técnico
 - El uso correcto del lenguaje
4. Recibir advertencias sobre determinados contenidos que puedan resultar impropios o inadecuados para los menores.
 5. Recibir contenidos que incluyan información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales o internacionales.
 6. Recibir contenidos que reflejen la pluralidad ideológica, política, social y cultural y lingüística de la nación.
 7. Recibir contenidos que incluyan diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones.
 8. A ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria.
 9. Que en los contenidos audiovisuales publicados en algún idioma extranjero se utilice el subtítulaje o traducción al español.
 10. Las personas con discapacidad tienen derecho a que los contenidos que aquí se publiquen, promuevan el reconocimiento de sus capacidades, méritos y habilidades, así como la necesidad de atención y respeto.
 11. Que se promueva el reconocimiento de las diversidades ideológicas, étnicas y culturales, así como la necesidad de que se les brinde atención y respeto.

De las responsabilidades del usuario

1. Utilizar responsablemente las plataformas de *Señal Informativa Lagos*:
 - Responderá a la veracidad de los datos que proporcione a nuestra base de datos, siendo responsable de todo lo que publique en nuestras plataformas.

- Hará un uso correcto de lenguaje y evitará frases peyorativas innecesarias (Señal Informativa Lagos, se reserva el derecho de edición si está en entredicho la dignidad de una persona).

Conclusión general sobre las problemáticas legales en la era de internet

Uno de los temas más debatidos en los últimos años por gobiernos, empresas, organismos internacionales y organizaciones civiles de diferentes estados es el de la forma de complementar la regulación y la libertad de expresión en la Internet. En ella se encuentran de manera contradictoria y complementaria dos necesidades básicas del mundo moderno: la libertad de expresión, consagrada como uno de los derechos humanos fundamentales, y la necesidad de establecer leyes que regulen a esa libertad como defensa a la libertad de otras personas y a la seguridad de los mismos estados nacionales.

En estos debates, los cuales parecen no tener fin, al contrario, se profundizan con cada innovación tecnológica, son varios los elementos que han intervenido y se deben considerar. En primer lugar, tenemos la relación ciberespacio-estados nacionales, la cual obviamente es muy compleja y requiere de profundos análisis, especialmente respecto al término “ciudadanía”, el cual está asociado a los modernos estados nacionales y la posibilidad de una “ciber-ciudadanía”, la cual se expresa en las redes aun por encima de las leyes impuestas por los estados nacionales. En otras palabras, la dificultad consiste en la insistencia de los estados nacionales a equiparar a la “ciber-ciudadanía” con la ciudadanía, ahora tradicional de los estados nacionales.

Evidentemente este debate tiene que ver con la forma en que se están conceptualizando términos como el espacio, el territorio o el sitio, en otras palabras, la pertenencia del usuario, consumidor o proveedor de servicios de Internet. Una de las características de los estados nacionales es su definición como tales por su territorio, un espacio territorial, euclidiano, delimitado por fronteras muy precisas acoradas a su vez con otros estados nacionales. La otra característica es la de su población, el grupo de personas que lo habitan bajo las leyes de ese estado emanadas precisamente por la otra característica que es su gobierno.

Estos conceptos decimonónicos que definen a los estados nacionales: territorio, población y gobierno enfrentan la necesidad de reconceptualizarse, bajo el peligro de desaparecer, por las nuevas formas de la globalización, para las cuales los estados nacionales y sus reglas representan una camisa de fuerza.

Los estados nacionales, la ciudadanía, la “ciber-ciudadanía”, y la globalización, son los primeros términos del debate que se está dando a nivel mundial y que impactan directamente a la libertad de expresión, como un derecho humano fundamental, y a la censura, como un derecho regulador del estado para proteger a su ciudadanía y a su propia ciudadanía.

El otro elemento clave es la guerra entre las empresas productoras de tecnologías y de contenidos. Como todos sabemos, (y al menos para el caso de América Latina lo explica muy bien el artículo: “De la guerra al amor: el proceso de adopción de Internet en el contexto latinoamericano, 1995-2015” de David Ramírez Plascencia), históricamente las empresas transnacionales, sobre todo en países como los latinoamericanos, pero no únicamente, se han convertido en verdaderos supra estados, capaces de desestabilizar o de transformar completamente las economías, sobre todo las del sector primario, de estos estados.

Los estados y sus ciudadanos son vistos por estos grandes conglomerados de empresas como consumidores de sus productos, y convierten a sus poblaciones en clientes potenciales expuestos a un constante acoso publicitario cuyo objetivo es el de “fomentar el deseo” hacia la constante adquisición de sus productos. Sin embargo, el crecimiento exponencial de la oferta de productos, sobre todo en lo que se refiere a Internet, ha provocado constantes crisis en los mercados y desestabilizaciones en la forma de consumo de los ciudadanos:

En el caso de América Latina, la crisis de la empresa.com demostró que el mercado en la región no podía soportar muchos portales globales como Terra o Starmedia. Y si bien la perspectiva de crecimiento situaba a la región en una impresionante cifra de 30 millones de usuarios, lo cierto es que no había claridad sobre cómo esas empresas podían cubrir costos y generar utilidades para los inversionistas; eran pocas las formas de obtener ganancias fuera del modelo de cobro por publicidad. Pese a las dificultades, la creación de estos portales abrió las puertas a la difusión del español como un idioma en ascendencia en Internet y facilitaron la llegada de más empresas interesadas en generar contenidos en habla hispana, lo cual cautivó a una incipiente comunidad de usuarios. (Ramírez, 2016, p. 82).

Las guerras entre las grandes empresas por el enorme mercado globalizado han obligado a establecer nuevas leyes reguladoras en los estados nacionales las cuales deben ser adecuadas a los nuevos perfiles de ciudadanos-usuarios-consumidores constantemente modificados por estas guerras.

Aquí podría preguntarse cuál es o hasta dónde llega la libertad de expresión de un ciudadano obligado a someterse constantemente a las leyes de un mercado cada vez más agresivo a través de mecanismos de “estandarización” de gustos y opiniones los cuales dejan menos espacios de reflexión. La libertad de expresión parece constreñirse cada vez más a opiniones en el ámbito de lo político: críticas a partidos políticos, a formas de gobernar o administrar, a posibles actos de autoritarismo de los estados, pero desaparece cuando se trata de hacer críticas a las grandes empresas transnacionales de Internet, dueñas absolutas del espacio virtual.

De acuerdo al modelo tradicional de los estados nacionales, el ciudadano está obligado a participar en la vida política de los mismos a través de mecanismos democráticos. Gracias a ellos puede expresar su opinión y poner o quitar gobernantes, al menos teóricamente. En el mundo de la virtualidad, los “ciber-ciudadanos” no participan en las decisiones que toman las grandes empresas salvo cuando estas requieren consultarlos por algún motivo, generalmente para modificar sus formas de comercialización y tomar ventaja sobre sus competidores.

El control de las empresas de Internet sobre el ciudadano es prácticamente absoluto y sin embargo, estas no se ven amenazadas por movimientos sociales o revoluciones que puedan desestabilizarlas como sucede en lo político con las herramientas que ellas brindan a los ciudadanos, como en el caso del uso de las redes sociales en la llamada “Primavera árabe”, como lo advierte Michael Theodoulou:

El rápido e inesperado derrocamiento del régimen de 23 años de Zine El Abidine Ben Ali en Túnez y los disturbios masivos en Egipto han provocado un animado debate sobre hasta qué punto las redes sociales pueden desafiar a los gobiernos de

todo el mundo. Parece que el activismo de Internet ya no es el pasatiempo de una clase parlanchina, sino un motor de empoderamiento que ha movilizado a miles de manifestantes, primero en Túnez y ahora en todo Egipto. (Theodoulou, 2011, p.1).

Los gobiernos de todo el mundo podrán verse amenazados por la movilidad de los ciudadanos en el ciberespacio, sin embargo, esta misma movilidad no tiene ningún impacto, no representa ninguna amenaza a las estructuras de las grandes empresas. Las guerras entre las grandes empresas convierten a los ciudadanos en espectadores pasivos, sin libertad ni capacidad para expresarse y son considerados genéricamente como parte del gran mercado mundial, ese gran espacio globalizado en el que se enfrentan los monstruos de las nuevas tecnologías y del Internet.

A diferencia de los medios tradicionales en otros conflictos como lo refiere el mismo artículo:

Pero las nuevas redes sociales actuaron como un acelerador indispensable, ayudando a organizar protestas mientras publicitaban las demandas de los manifestantes en el país y en el extranjero. Algunos comparan Internet con el papel desempeñado por Radio Free Europe, financiado por los Estados Unidos, para ayudar a derrumbar el Muro de Berlín. (Theodoulou, 2011, p.2).

El principal objetivo de las empresas de Internet no es la liberación de los pueblos o de llevarles el tan anhelado derecho de la libertad de expresión. Su objetivo es abarcar cada vez más mercados, convertir a los ciudadanos en consumidores y establecer estrategias que les permitan vencer en el plano económico, a su competencia.

El otro elemento clave de estos debates es el ciudadano-usuario-consumidor, el cual ante el crecimiento exponencial del Internet y los medios tecnológicos que la posibilitan, se ha visto en la necesidad de transformar constantemente sus prácticas culturales al mismo tiempo que cree tener herramientas más accesibles para ejercer su derecho a la libertad de expresión:

Las empresas y los gobiernos ya dan por sentado que la mayoría de sus clientes y ciudadanos acceden a Internet de manera habitual, lo cual provoca que cada vez se

desarrollen más servicios y bienes digitales ante un mercado que está en crecimiento constante. Y aunque el uso del correo electrónico seguirá siendo importante, otros ámbitos crecerán en jerarquía, como el uso de redes sociales. Lo que se puede vislumbrar del devenir histórico de Internet es que cada vez será más sustancial, no sólo a nivel empresarial o gubernamental sino a nivel social. Cada vez más países se verán obligados a refrendar el acceso a Internet como un derecho humano; así, deberá ser sin duda un beneficio que protegerá a todos los individuos, incluso en las constituciones de los países”. (Ramírez, 2016, p. 85).

Asimismo, no está por demás preguntarse si los intereses de estas grandes empresas que parecen facilitar el desarrollo de las ciudades y sus ciudadanos vayan hacia el mismo camino que los gobiernos de los estados nacionales y sus ciudadanos, como lo sugiere el diario *The Economist*:

Sin embargo, este mismo éxito ha dado lugar a las fuerzas que ahora están separando Internet. Las grietas son más visibles a lo largo de las fronteras geográficas. Internet es demasiado importante para que los gobiernos lo ignoren. Cada vez encuentran más formas de hacer cumplir sus leyes en el ámbito digital. El más destacado es el "gran cortafuegos" de China. Las autoridades chinas están utilizando la misma tecnología que usan las empresas para evitar que los empleados accedan a sitios web y servicios en línea específicos. Esta es la razón por la que Google al principio decidió censurar su servicio de búsqueda chino: no había otra manera de ser ampliamente accesible en el país”. (“The future of the internet. A virtual counter-revolution”, 2010, párr. 3).

Es mucho lo que aún hay que discutir para que el uso del Internet no se convierta, como lo señala el artículo, en una “contrarrevolución virtual”. Es necesario esclarecer y reforzar los conceptos de ciudadanía que ahora se debaten para llegar a establecer acuerdos aceptables entre la regulación y la libertad de expresión, para que ni una se convierta en censura, ni la otra en una amenaza para los otros ciudadanos, como lo señala el mismo artículo de *The Economist*:

Sin embargo, las predicciones son peligrosas. Los gobiernos aún pueden darse cuenta de que una Internet más libre es buena no solo para sus economías, sino también para sus sociedades. Los consumidores pueden decidir que no es prudente confiar todos sus secretos a una única empresa en línea, como Facebook, y decantarse por alternativas menos inusuales, como Diáspora. (“The future of the internet. A virtual counter-revolution”, 2010, párr. 30).

Como ciudadanos, es necesario informarse y participar este debate y no dejarlo exclusivamente en las manos de los gobiernos o de las grandes empresas transnacionales de la información pues se corre el riesgo de perder el sentido del ciudadano en las sociedades democráticas y este se convierta en un mero consumidor o usuario de productos y herramientas decididas por intereses ajenos a los del mismo ciudadano.

4.4 Conclusiones

Sin duda alguna, el problema más grave por el que atraviesa el proyecto es esta necesaria tercera remodelación del sitio web, y esto debido a los cambios del personal que lo administra. Afortunadamente, el resultado obtenido hasta ahora en la creación de contenidos se asemeja mucho a lo planteado en un inicio, y hemos podido resolver la publicación en el portal de udgtv.com. Aún así, hay varias cuestiones de forma por pulir, tanto en el diseño web como en la producción de contenidos, porque de no hacerlo, tendremos pocas expectativas de cumplir con el porcentaje que nos planteamos de obtención de recursos por publicidad en nuestro plan de negocios.

Ha sido difícil mutar de una redacción monomedia a multimedia. Si bien a partir de 2017 contamos con dos nuevos elementos en el equipo de noticias lo cual hizo posible arrancar este proyecto digital, aún debemos continuar el trabajo de radio, y son dos lenguajes totalmente distintos. Sí hay troncos comunes, pero debemos realizar trabajos paralelos para el bueno logro de publicación en ambos canales.

El cumplimiento de la capacitación pendiente, mejorará la creación de contenidos por parte de los reporteros. Por lo pronto, conservaremos el número de productos publicados diariamente, y más bien trabajaremos en la mejora de la calidad de éstos.

La experiencia de haber emprendido este proyecto ha sido muy satisfactoria a nivel personal, pero también para todo el equipo que es parte del mismo. Trajo consigo una actualización integral de las nuevas formas de hacer periodismo y su legalidad. Nos concientizó aún más acerca de nuestras responsabilidades para con las audiencias y de la innegable trascendencia del buen uso de las redes sociales; conocimos a profundidad el trabajo de nuestra competencia directa e indirecta y los hábitos de nuestro público objetivo; comprendimos que se puede hacer buen periodismo digital y aspirar a vivir de él, y el reto más grande será lograrlo, y hoy sabemos no debe juzgarse imposible, pues el futuro del periodismo nos alcanzó.

Referencias

ADEPA Asociación de Entidades Periodísticas Argentinas. (2016). Buenos Aires, Argentina: *10 tendencias globales de la industria periodística*. Recuperado de <http://adepa.org.ar/10-tendencias-de-la-prensa-global/>

Asociación de Internet.MX e INFOTEC (2017). 13° Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2017. Recuperado de <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/func-startdown/60/lang,es-es/?Itemid=>

Comisión Interamericana de los Derechos Humanos (2013). Libertad de Expresión e Internet. Organización de los Estados Americanos. Disponible en: http://www.oas.org/es/cidh/expresion/docs/informes/2014_04_08_Internet_WEB.pdf

IIEG, Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco, Atlas de Caminos y Carreteras del Estado de Jalisco (2012). Zapopan, México: Conectividad 2012. Mapa General del Estado de Jalisco 2012. Censo de Población y Vivienda 2000 y 2010, INEGI. Siete servicios básicos, CDTR-IITEJ, 2009. Recuperado de: <https://iieg.gob.mx/general.php?id=7&idg=660>

IIEG, Instituto de Información Estadística y Geográfica del Estado de Jalisco, con base en INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010 y Encuesta Intercensal (2015). Zapopan, México: Encuesta Intercensal 2015. Recuperado de: <https://www.iieg.gob.mx/mgeneral.php?id=4>

Instituto de Información, Estadística y Geografía de Jalisco. (2017). Lagos de Moreno, Diagnóstico del municipio. Zapopan, Jalisco: *IIEG*. Recuperado de: <https://www.iieg.gob.mx/contenido/Municipios/LagosdeMoreno.pdf>

INEGI. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2010). México: INEGI-Censo General de Población y Vivienda 2010. Recuperado de: <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2010/>

Kapuscinski, R., (2002) Los cínicos no sirven para este oficio. Barcelona, España: ANAGRAMA.

Kakundgulu, R. (2008). Internet Censorship and Freedom of Expression: A Critical Appraisal of the Regulation of Hate Speech on the Internet. Recuperado de: [http://www.bileta.ac.uk/content/files/conference%20papers/2008/Internet%20Censorship%20and%20Freedom%20of%20Expression%20\[Ronald%20Kakungulu\].pdf](http://www.bileta.ac.uk/content/files/conference%20papers/2008/Internet%20Censorship%20and%20Freedom%20of%20Expression%20[Ronald%20Kakungulu].pdf)

Ramírez Plascencia, D. (2007). Conflicto de leyes y censura en internet: el caso Yahoo! *Comunicación y Sociedad*, 8(0), 155–178.

Ramírez Plascencia, D. (2016). De la guerra al amor: el proceso de adopción de Internet en el contexto latinoamericano, 1995-2015. Balajú. *Revista de Cultura y Comunicación de la Universidad Veracruzana*, 4(3), 65–89.

Restrepo, J. (2004). *El zumbido y el moscardón. Taller y consultorio de ética periodística*. Buenos Aires: FCE/FNPI

Rubio Moroga, A. Censura en la red: restricciones a la libertad de expresión en Internet. Universidad SEK de Segovia. Recuperado de <http://webs.ucm.es/info/hcs/angel/articulos/censuraeninternet.pdf>

The Economist. (2010). Briefing The future of the internet / September 4th 2010. Recuperado de <http://www.economist.com/node/16941635>

Theodoulou, Michael. (2011). Twitter and Facebook are the new weapons of Middle East protest. *The National*, enero 2011, edición electrónica, sec. Middle-East.

WAN-IFRA, World Association of Newspapers and News Publishers. (2016). *Tendencias globales de la prensa*. Recuperado de <http://www.wan-ifra.org/reports/2017/04/26/tendencias-globales-de-la-prensa-2016>