

CAPITULO 4

EL CONTENIDO EN INTERNET

El contenido tiene muchos propósitos, pero la mayor parte de ellos tiene un objetivo en común: el dar una gran cantidad de conocimiento a todos los cibernautas que navegan en la red.

Internet esta radicalmente cambiando nuestra cultura de información. Lo barato y el constante crecimiento del mundo de Internet ofrece muchas posibilidades en áreas de comunicación, información, negocios y entretenimiento. Al mismo tiempo, el flujo de datos a través de las fronteras requiere una nuevo cultura de responsabilidad de los medios, políticas de los medios, usuarios y –si el contenido es ilegal- autoridades que hagan valer la ley.

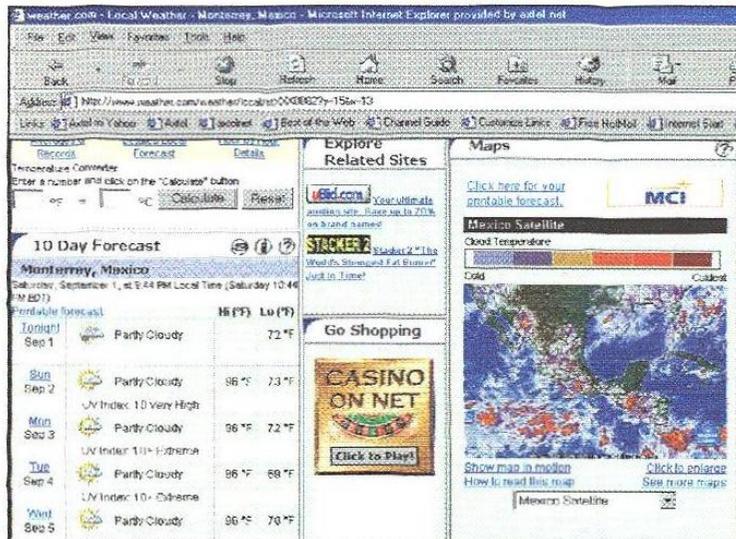
En los programas de noticias por televisión, como los de CNN, podemos observar veracidad, oportunidad, concreción, análisis; Además gráficos, fotos, filmaciones, escenografía de los estudios, música de fondo, vestuario de sus narradores y hasta su acento lingüístico. La primera parte de las características

a) *Noticias.*

Noticias que informen en tiempo real sobre hechos que van aconteciendo, estas noticias pueden ser de todo tipo, locales, regionales, nacionales y hasta mundiales, muchas de las ocasiones esta información puede ayudar a tomar aspectos tan importantes como **el clima**, que puede alertar a los ciudadanos sobre inclemencias climatológicas que puedan afectar su rutina diaria

La ventaja de estos sitio que transmiten es que pueden mostrar la información tan rápido como puedan, esto tan solo con la actualización de la página y no está a expensas de horarios para transmitirlas (como noticieros de televisión) ni de esperar a sacar ediciones impresas al día siguiente, como lo hacen los periódicos. Ejemplo de sitio de Noticias

FIGURA 16
SITIO DE NOTICIAS



www.weather.com

La compañía Weather Channel ofrece información de las condiciones climatológicas en tiempo real de mas de 10,000 ciudades del mundo

Incluye además mapas satelitales sobre condiciones de nubosidad

Así mismo noticias sobre recomendaciones en alertas de huracanes y ciclones,

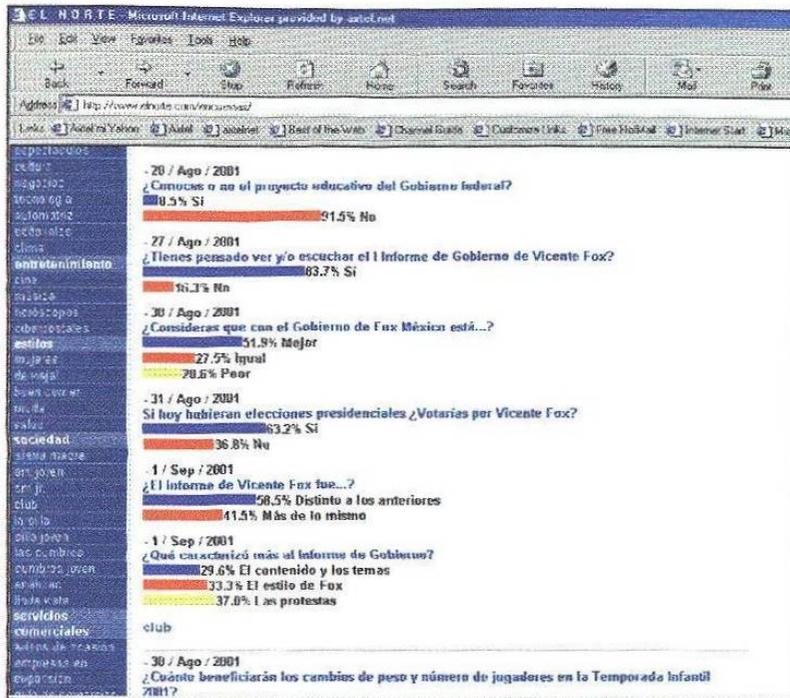
b) Encuestas y estadísticas

Se refiere a aquellos sitios que realizan encuestas, metodológicamente diseñadas sobre la base de una muestra representativa o simples sondeos para analizar la opinión de ciudadanos o cibernautas.

Una de las ventajas que tiene este tipo de información es que las preguntas o series de preguntas llegan a los cibernautas tan fácilmente como actualizando una página, así basta con que el usuario se conecte a la página y se participe, los resultados de este tipo de sondeos, aun que no son una muestra representativa, se muestran de manera inmediata en cada ocasión que el cibernauta participa.

Las hay de todo tipo, desde la básica que pregunta quien es mejor equipo de determinado deporte, hasta preguntas de como calificarías el desempeño de determinado gobernante, es decir si es Bueno, Regular o Malo.

FIGURA 17
SITIO CON INFORMACIÓN DE SONDEOS



www.elnorte.com

4.5.2 Entretenimiento

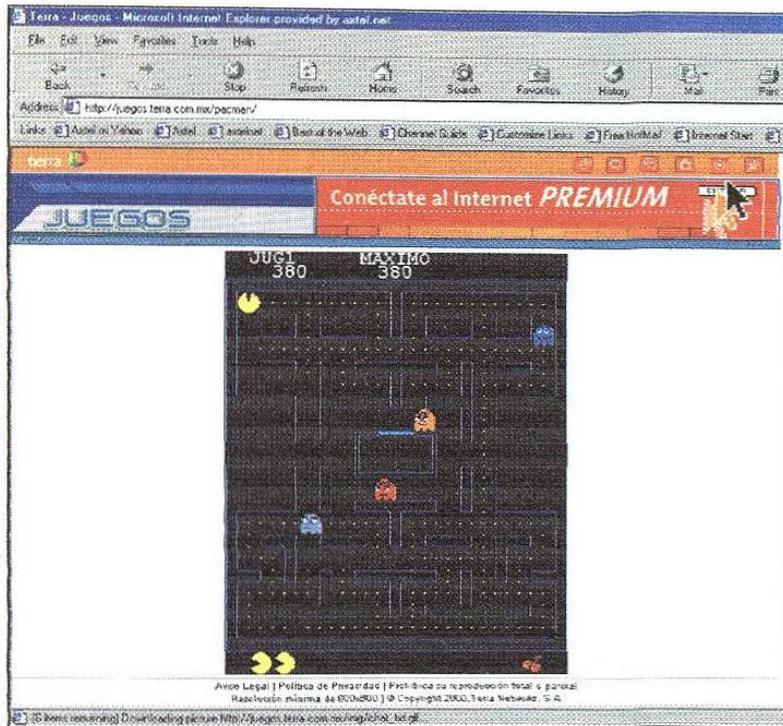
El objetivo fundamental de este tipo de contenido es entretener al cibernauta con algunos productos que busquen su distracción, según múltiples estadísticas y sondeos este es el sector al cual los usuarios de Internet se conectan con mayor frecuencia, estos sitios deben poseer ciertas características fundamentales que ayuden a “ligar” a sus usuarios, deben

contener información novedosa que atraiga la lectura de su información y sobre todo deben tener elementos visuales que lo hagan atractivos a los ojos de los usuarios, comúnmente poseen muchas imágenes y efectos visuales con un diseño modernista

Algunos de los temas que más manejan estos tipos son los siguientes:

Música, Juegos, Chistes, Tiras cómicas

FIGURA 18
JUEGOS EN INTERNET



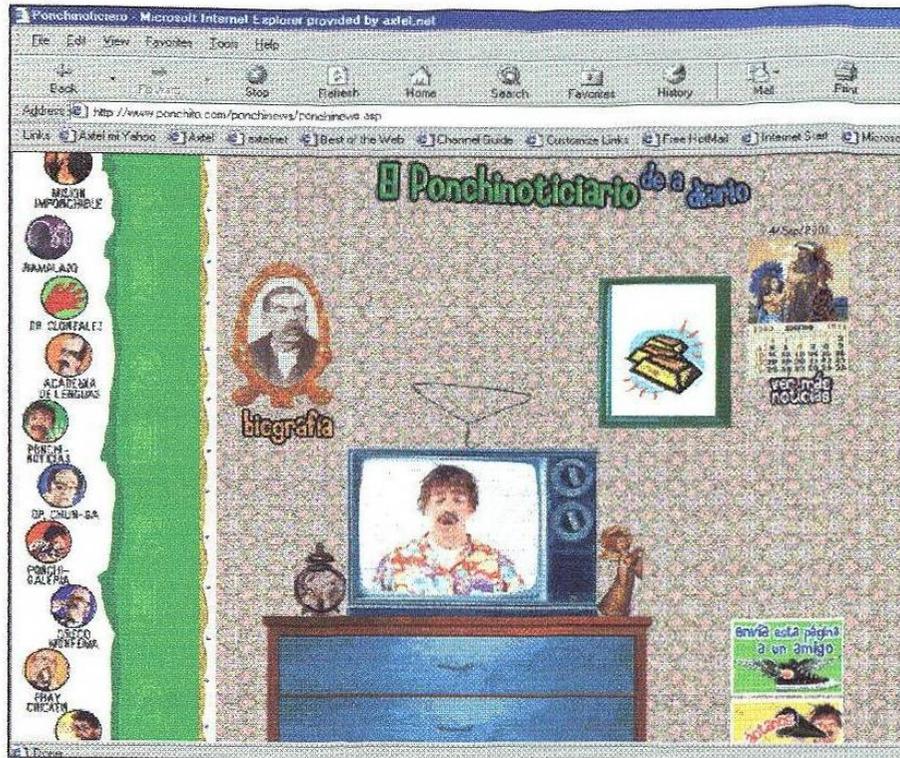
www.terra.com.mx

Terra Lycos México ofrece 35 variedades de juegos interactivos, donde la destreza de pequeños y grandes se pone de manifiesto.

En ellos es posible registrar el rating o puntuación y competir contra otros cibernautas

Este parte de Juegos de terra genera aproximadamente 700 mil pageviews diarios

FIGURA 19 SITIOS DE ENTRETENIMIENTO EN INTERNET



www.ponchito.com

Andrés Bustamante, alias "Ponchito" es un comediante de TV y radio que ofrece chistes, concursos, venta de productos desde la "gueb" como él llama a su Sitio. Esta página auspiciada por TELMEX ofrece un entretenimiento inclusive de temas políticos.



www.napster.com winamp.com

Música por Internet.

El MP3 es un formato de archivo que permite grabar canciones en forma de archivo con una calidad inimaginable, lo cual dio origen a un gran intercambio, después llamado pirateo de música, lo cual fomentado por la libertad de Internet causa conflictos legales con Napster, la primera compañía que ofrecía canciones gratis de grandes artistas, esto le generó conflictos legales con las compañías disqueras.

Aunado a esto se desarrollo software tan popular como el Wmamp, que permite reproducir archivos MP3

4.5.3 Educación, Cultura, Investigación

En sus orígenes, durante la época de los 80s el objetivo primordial de crear una red mundial era el fomentar el intercambio de información a nivel universidades entre estudiantes y catedrático, pero este origen hoy en día esta mas que rebasado, sus expectativas crecieron para mucho otros fines, como lo son de entretenimiento o comerciales.

Aun así hoy en día existen muchos sitios que fomentan el enriquecimiento de conocimientos en muchas materias.

a) Educación

En México, la educación gubernamental en los niveles enseñanza básica y media, la relación entre las escuelas y las computadoras personales no puede calificarse de feliz. Las computadoras se han impuesto en todos los ámbitos de la sociedad, pero en el sistema educativo hay una relación directa entre la edad de los estudiantes y la disponibilidad de la tecnología. Las computadoras se utilizan normalmente en universidades como la U.A.N.L. o el Tec de Monterrey, desgraciadamente tiene menor presencia en la enseñanza en primarias y secundarias.

El uso como herramienta didáctica es mínimo en estos niveles.

La justificación de enseñar Internet en estos niveles educativos es simple: se trata de un nuevo medio de comunicación que está formado parte esencial en la información de la sociedad y que su tendencia de crecimiento es muy importante, sobre todo en países de Latinoamérica como el nuestro.

Cada día más centros de enseñanza están conectados a Internet. Los profesores y los alumnos utilizan esta conexión al mundo de diversas formas. En primer lugar, Internet es una fuente inagotable de información y datos de primera mano. Como red originariamente científica, puede encontrarse gran cantidad de información útil para las clases. Podemos encontrar materiales para cualquier nivel educativo, incluso existen archivos de programaciones y experiencias educativas, documentos para uso del profesor en la preparación de sus actividades de enseñanza/aprendizaje, etc.

Estudiantes de escuelas distantes entre sí utilizan la red como medio de comunicación para realizar proyectos en común, intercambiar datos sobre diferentes aspectos de su medio social o estudiar las diferencias y semejanzas culturales entre comunidades de diferentes países. Las escuelas utilizan la red para romper su aislamiento del mundo. Existen organizaciones dedicadas a facilitar el contacto entre estudiantes y profesores de cualquier parte del mundo y a ayudarles en sus

experiencias temáticas proporcionando formación, ideas y experiencias anteriores que han tenido éxito.

Actualmente en México las universidades han desarrollado sus páginas de Internet no sólo para informar sino para interactuar con sus alumnos y catedráticos, repasando temas y capítulos a ver en clase, registrando asistencias, desplegándose calificaciones de materias y hasta inscribiéndose

TABLA XIX
SITIOS ESTUDIANTILES MAS VISITADOS EN MEXICO ¹

Universidad	% de Audiencia
itesm.mx	23.9
unam.mx	21.3
udg.mx	7.9
uia.mx	6.8
iteso.mx	2.9
ipn.mx	2.4
itam.mx	2.3
ehu.es	1.7
uam.mx	1.5
uchile.cl	1.1

b) Cultura

Si nos gustan las exhibiciones de pinturas, esculturas y demás trabajos artísticos, podremos hacer visitas a todos los museos del mundo y contemplar las obras de los artistas más famosos como Leonardo da Vinci, Vincent Van Gogh o Miguel Angel, esto ya es posible, al menos de modo virtual, a través de la red de Internet.

¹ NetValue de Mexico, sitios educativos mas visitados 2000 www.netvalue.com.mx

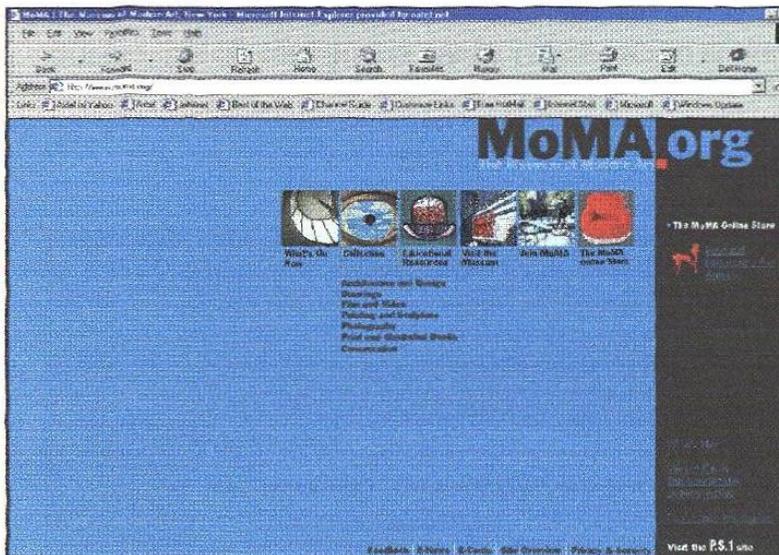
Estos centro de cultura poseen tecnología de multimedia tanto para que el usuario se conecte desde su domicilio u oficina, algunos museos cuentan con computadoras con acceso a Internet y más de 150 CD-ROMs de consulta, que contienen temas relacionados con artistas, museos, galerías, exposiciones y exhibiciones, muchos de ellos poseen bases de datos con información en imágenes y texto; y enciclopedias que engloban todo el patrimonio cultural de muchas partes del mundo

Pudiésemos decir que a través de Internet su entrada es gratuita y puede acudir cualquier persona interesada en el arte desde artistas, investigadores, estudiantes, maestros, padres de familia y niños.

En la cultura por Internet, los visitantes podrán acceder a toda la información artística y consultar diferentes sitios culturales en la Red. La información es presentada a través de imágenes, audio y video, lo que hace más agradable la vista virtual a los diferentes museos y galerías.

Muchos de estos sitios de Internet están concebidos para que los usuarios consulten las últimas tendencias del arte y la cultura de todo el mundo, ya que el arte electrónico y virtual, que en los últimos años del siglo XX artistas europeos empezaron a trabajar en el arte convencional, de pintura y escultura pero con nuevas tecnologías, además podemos obtener información sobre la biografía de los artistas que han exhibido sus obras en los centros de cultura.

FIGURA 20
SITIO DE CULTURA EN INTERNET



www.moma.org

El Museo de Arte de Nueva York es uno de los museos más visitados en el mundo, si trasladamos este museo al mundo de Internet sin limitantes geográficos para accederlo obtendremos información constante y en tiempo real de la presentación de sus colecciones

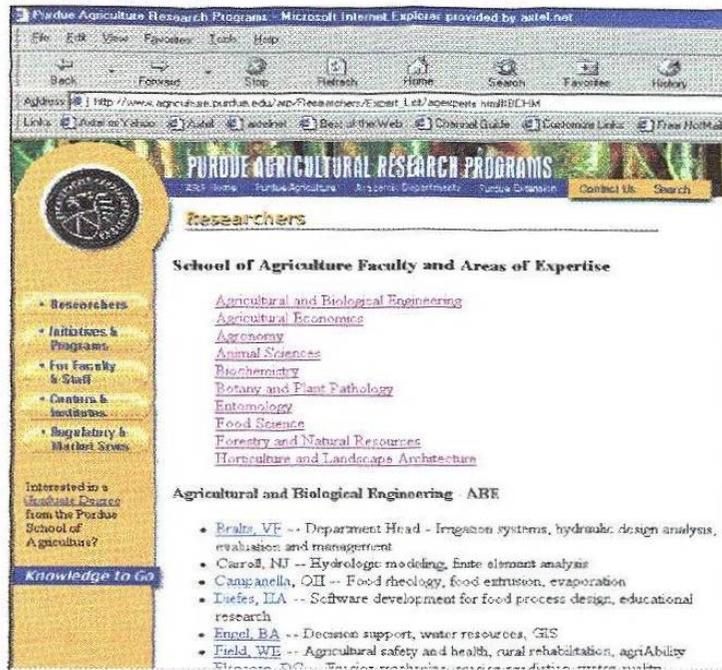
c) Investigación

La investigación fue uno de los primeros fines con los cuales se planteó el surgimiento de Internet, y lo ha sido en gran medida, el acceso directo que permite Internet ha permitido conocer las fuentes de información electrónica y proveer una agilización del proceso de búsqueda y obtención de documentos y han permitido también ofrecer nuevos servicios de referencia hasta ahora insospechados.

Ya se ha comentado anteriormente cómo se puede transmitir información por medio del correo electrónico a los usuarios que dispongan de esa herramienta, ahora toca indicar otra nueva interrelación se ha establecido con aquellos usuarios de Internet que llevan a cabo acciones en las cuales pueden acceder ellos mismos todos aquellos lugares que debían visitar en la

red de redes para conseguir por sí mismos la documentación que buscan y no tener que buscar a expertos en la materia que los orienten sobre como buscar, así de fácil puede ser la investigación en Internet.

FIGURA 21
SITIO DE INVESTIGACIÓN



Investigadores en Internet

La Universidad de Purdue tiene uno de los centros de investigación de cultura mas importantes y desarrollados de los Estados Unidos.

En él los investigadores pueden obtener información de avances de investigaciones además de participar en foros con estudiantes.

Existen diversos sitios que establecen una comunicación por Internet entre investigadores de todas partes del mundo para que así puedan compartir y utilizar sus datos de investigación, aprendizaje colaborativo, y experiencias personales de campo para motivar su educación e interés por la ciencia. Además proveen un mecanismo donde los investigadores colectan y después compilan sus datos en servidores de grupo. Los datos son después compartidos, vía sitio de Internet, con otros institutos de investigación para la creación de actividades educacionales

interactivas así como investigación estudiantil en sus respectivos salones de clase alrededor del mundo.

¿Los investigadores para que usarían Internet?

- Búsqueda de información para realizar una investigación científica, cuando agotamos los recursos bibliotecas locales
- Ampliación de información que ya poseemos
- Consulta en forma remota catálogos de bibliotecas de todo el mundo
- Localización de información que se publica en forma electrónica (libros, diarios, revistas, etc.)
- Comprar libros y/o artículos de revistas, hacer suscripciones a publicaciones electrónicas
- Conocer líneas de investigación en curso
- Comunicarnos con otras personas y/o colegas en muchos otros lugares del mundo
- Participar por medio del correo electrónico en listas de interés y/o en grupos de noticias
- Transferencias de archivos o programas.

4.6 Elementos que forman parte del Contenido

4.6.1 Texto

Si bien es cierto que el texto es la parte fundamental de un sitio de contenido es importante que dichos sitios, portales y comunidades se enfrentan a la necesidad de incluir textos relevantes para los visitantes.

Es sabido que el medio condiciona el mensaje a comunicar y la red de Internet no es la excepción. La redacción del texto que forma parte del contenido que será publicado en la web requiere la observancia de ciertos criterios, los cuales se detallan a continuación

Dirijirse a sus lectores como si fueran sus confidentes, como si fueran sus amigos o cuates.

Los lectores en la red prefieren un tono más coloquial y menos distante. La gente no desea leer un texto distante o elevado. Usted no debe sonar omnipotente. Es necesario mantener una relación de igualdad con el lector. Se trata de la influencia del correo electrónico y los sitios de chat como parte de nuestra cultura: La gente busca las palabras "Yo" y "Mi". Usted puede hablar con ellos como si estuvieran en el teléfono. Al escribir, debe pensar en todas las personas de un grupo de chat que tienden a identificarse con un sitio que se ha convertido en su segundo hogar, y del que han desarrollado un sentido de propiedad que no se presenta en ningún otro medio convencional.

Aprovechar el tiempo que el visitante está dispuesto a invertir en la lectura:

Esta regla aplica de manera estándar para todos los medios de comunicación: si no capta la atención del lector de inmediato, no la retendrá por mucho tiempo, este se irá y ya no regresará, sin embargo, un gancho editorial es más importante en la red porque la gente no es tan paciente - tiene que salir a tomar aire después de unos cuantos segundos. No empiece con un párrafo gigantesco, una gran masa de texto gris, o sus clientes dirán: "Olvidalo, no voy a leer todo eso". Si no los atrae con algo realmente intrigante, chistoso o interesante, seguramente los perderá pronto.

Rompa el hielo, pero no convierta su nota en un cómic.

El humor es un buen gancho, pero no puede pasarse de chistoso a lo largo de todo un texto porque en el camino de seguro perderá a alguien. Puede sobrepasarse hasta el punto de parecer superficial o chapucero. Para vender algo, el lector debe obtener al menos la información básica sobre lo que va a comprar.

En la precisión de la información se juega su credibilidad:

La precisión es de suma importancia siempre, pero adquiere un significado adicional en la red: la gente lo pone a prueba y tiene millones de sitios para escoger. Si vemos una imprecisión en una historia impresa, no necesariamente dejamos de leer el resto de la revista. Pero en la red, si la primera historia que ve un lector tiene un error, lo habrá perdido para siempre.

FIGURA 22
EJEMPLO DE SITIO CON NOTICIAS PRECISAS



4.6.2 Audio y Video

A pesar de múltiples intentos Internet no es aun lo que es hoy por hoy la televisión, por cuestiones de infraestructura no lo será en un buen tiempo, aun así hay que aprovechar las bondades que provee este tipo de contenido

La transmisión de sonido, y sobre todo de video, por Internet requiere que la conexión disponga del ancho de banda adecuado y eso hay que tomarlo en cuenta para los diferentes tipos de conexiones (módem, red local, etc.)y diferentes software plug-ins que se utilizan para desplegar estas imágenes y audios.

Para ver y escuchar por Internet se requiere tener instalado un programa que te lo permita, dos de los más utilizados son RealPlayer y WindowsMediaPlayer, ambos son gratuitos (aunque el RealPlayer tiene una versión de pago). El WindowsMediaPlayer viene con Windows En esta página de Microsoft tienes algunos interesantes videos.

Muchas emisoras de radio también emiten por Internet como algunas de Multimedia Estrellas de Oro en Monterrey y RadioCentro en la Ciudad de México) en ellos puedes escuchar noticias o música mientras escribes tus correos.

**FIGURA 23
SITIO MULTIMEDIA**

Audio y Video

Los sitios deben poseer personalización que le permite al usuario seleccionar tanto su plug-in para hacer la descarga (QuickTime, RealPlayer, Windows Media Player)

Y la velocidad de descarga (módem, LAN)



Existen multitud de cámaras instaladas a lo largo del planeta que te permiten ver lo que pasa en esos lugares, este es un directorio donde hay cientos de **webcams**.

FIGURA 24
SITIO CON IMAGENES EN VIDEO EN VIVO



Existen servidores de video con multitud de posibilidades. Por ejemplo, en CNN puedes ver videos con las noticias del día, y sobre otros temas.

Según estadísticas durante el mes de mayo, los cibernautas que visitaron las páginas de Univision.com vieron casi dos millones de videos a través de Internet, lo que supone doblar la cifra lograda cuatro meses antes. De estos casi dos millones de vídeos, 1.5 millones correspondieron a la sección de Entretenimiento, lo que no resulta sorprendente teniendo en cuenta el perfil de la audiencia de Univision. Bastante lejos quedaron los videos ofrecidos en las secciones de Noticias, Vida y Deportes.

El Streaming o emisión de video y audio por Internet cuenta cada vez con más adeptos, especialmente entre aquellos usuarios que disfrutan de una conexión

a alta velocidad. Sin embargo, también los que se conectan a través del módem hacen un uso creciente de esta posibilidad. Los sistemas y programas de emisión han mejorado sustancialmente durante los dos o tres últimos años, y hoy en día se pueden lograr resultados razonablemente satisfactorios con conexiones telefónicas de 56K.

4.6.3 Gráficos, Imágenes

Reza un famoso dicho que una imagen dice mas que mil palabras, es por eso que son parte fundamental del contenido de Internet.

Una realidad es que buenas imágenes son fundamentales para que un sitio en Internet sea atractivo para el cibernauta

A diferencia del texto, para Internet es importante recordar que mientras más grande es la imagen (en bytes) en una página WEB mayor será el tiempo requerido para bajarla de la Red, por lo que también se deben considerar los puntos anteriores. Los tipos de archivo de imágenes utilizados en Internet son: .GIF para dibujos y animaciones, .JPG para fotografías.

La mayoría de los internautas entienden como información importante solo aquellos textos presentados en la red. Si bien este concepto no esta del todo correcto, ya que existen una gama de artistas digitales en Internet, y estos artistas son aquellos que buscan a toda costa y valiéndose de lo sencillo publicar sus imágenes, fotos y gráficos en Internet

Este concepto no es puramente nuevo, ya que desde los inicios de la historia de la humanidad, donde narradores callejeros ya utilizaban tabloncillos de imágenes para imprimir fuerza a sus relatos, poemas o canciones.

Existen múltiples tipos de gráficos e imágenes que pueden desplegarse por Internet algunos son los siguientes:

- Fotos
- Cartones
- Gráficos animados
- Gráficos con datos

4.6.4 Fotos.

Son los sucesos grabados para la historia que aunque en sus inicios eran almacenados en papel, actualmente en la era digital y por la ventajas que muestra Internet para su despliegue.

**FIGURA 25
SITIO CON FOTOS INFORMATIVAS**



Fotos www.time.com
La revista Time utiliza fotografías para marcar diferentes temas, desde temas de actualidad hasta las últimas noticias.

Una foto en si sola es una verdadera noticia

observadas (veracidad, oportunidad, concreción, análisis, fuentes confiables) corresponde al "contenido" de las noticias, y la segunda (gráficos, fotos, filmaciones, escenografía de sus estudios, música de fondo, vestuario de sus narradores y su acento lingüístico) a los "medios" de apoyo al contenido transmitido. Es posible que los criterios que tengamos a la hora de observar un libro, periódico, revista, programa de radio o de tv; o también algún sitio Web, se parezcan a los anteriores.

En los ambientes basados en Internet, los sitios, portales (portales verticales o temáticos) son como los noticieros de televisión, para su comunicación requieren fondo y forma, contenido y medios. El contenido es la materia que se comunica, que se transmite, que debe llegar al internauta, es el mensaje en línea, es la sustancia de la comunicación. El medio es el acompañante del contenido para fines comunicacionales. El contenido es la información y el conocimiento, el medio es el formato usado para la transmisión.

El contenido está conformado por los términos, conceptos, definiciones, convenciones ideas, enfoques, esquemas, principios, teorías, axiomas, hipótesis, teoremas, postulados, universales, leyes, fenómenos, reglas, normas, procedimientos, rutinas, secuencias, prácticas, procesos, métodos y técnicas; Etc., que comunicamos.

En los sitios de Internet, los medios vienen a ser la gramática, sintaxis, concordancia, modismos, jerga, tiempo, fonts, color, gráficos, dibujos, banners, botones, iconos, animaciones, audio (locución, música de fondo, efectos especiales), video, estilo, ambientación; etc. para apoyar la comunicación del contenido a una audiencia. El medio contribuye con el look and feel del site.

Es un error común creer que sólo en aquellos sites formales o destinados a la educación, ciencia y tecnología debiera existir contenido. En todos los sites se debe tener contenido, también en aquellos destinados a la diversión, misterio, etc. Contenido en un site, es la materia que se comunica con fines informativos o de enseñanza-aprendizaje independientemente de los medios de apoyo empleados (texto, gráfico, animación, audio, video; etc.).

4.1 ¿Por que es importante el Contenido para los sitios de Internet?

Sitios, portales y comunidades se enfrentan a la necesidad de incluir contenidos relevantes para los visitantes. Esto ocurre porque los contenidos reportan múltiples beneficios a una iniciativa en Internet. A continuación, enumeramos algunos de ellos:

1) Convierten su sitio en un destino para los navegantes

De acuerdo con Forrester Research, el contenido es la primera razón por la cual los visitantes regresan a un sitio. Las actualizaciones frecuentes de contenidos relevantes incrementan la utilidad de un sitio y la cantidad de hits generados.

2) Incrementan el atractivo del sitio

Una vez que los visitantes acceden a su sitio, la amplitud y profundidad de los contenidos harán que los visitantes permanezcan más tiempo.

3) Venden más productos

Información objetiva, generada en terceras partes, respecto a la evaluación de productos y servicios atrae y educa a los clientes, incrementando los ingresos del E-Commerce.

4) Generan lealtad en los cibernautas

Proveyendo contenidos personalizados, es posible realizar verdadero Marketing One to One. El resultado es un consumidor fiel.

5) Construyen una comunidad

Los contenidos relevantes generan feedback y comentarios, y eso crea comunidades. Los visitantes querrán dar sus opiniones, creando aún más contenidos.

6) Generan ingresos por publicidad

Frecuentemente actualizado, los contenidos reditúan mayor cantidad de páginas vistas. La ecuación es simple: a mayor cantidad de páginas vistas, mayores ingresos por publicidad. Si a ello se agrega contenido personalizado, es posible segmentar más estrechamente los segmentos de audiencia y de esa forma, valorizar la publicidad para los clientes.

7) Construyen la marca de su empresa

El contenido define la identidad de su compañía. Asociarse con proveedores de contenidos de calidad mejora el perfil de su empresa y su credibilidad.

8) Permiten diferenciarse

Contenidos actualizados permiten marcar una diferencia respecto a sus competidores, otorgando una importante ventaja competitiva. Los visitantes están hambrientos por contenidos relevantes que enriquezcan su experiencia de visita.

4.2 Características del sitio de Contenido de Internet

Actualmente hay muchísimos sitios de Internet que ofrecen páginas información, entretenimiento, mucho valor, pero, ¿cómo podemos distinguir los que valen la pena de aquellos que son inútiles y que es mejor pasar de largo sin perder tiempo en ellos? En Internet, como en todo, hay sitios buenos y malos. De hecho, es inevitable que entre los millones de páginas accesibles haya una enorme cantidad que tienen problemas, desde información inútil hasta mala presentación.

En la receta para un sitio exitoso son muchos los ingredientes, pero la diferencia principal entre los "buenos" y los "malos" sitios consiste básicamente en el cuidado de al menos uno de estos tres puntos: **forma, temático y proceso.**

Forma

Se refiere a todos los aspectos de diseño audiovisual, de lo que el usuario puede ver y escuchar en la pantalla, como son: el diseño gráfico, los colores, imágenes, fondos y textos entre otros elementos visuales y/o auditivos.

Contenido temático

Se refiere a la información que se presenta en el sitio, desde el tema en sí mismo, la propuesta y objetivos que persigue, hasta la manera de hacerlo y que

se distingue por los datos, citas y documentos, sin importar si son textos, gráficas, imágenes o sonidos, que presenta al visitante

Sobre esta la parte del contenido debe mantenerse ciertas características importantes

- a) *Interactivo*: es decir debe ser retroalimentable, debe tener control, creatividad, productividad, comunicaciones y adaptabilidad.
- b) *Actualizado*. Una página que lleva más de 6 meses desde la última actualización, además de extemporánea, puede tener problemas con los enlaces que presente y como resultado se despliegan mensajes de error al no encontrar las páginas. El usuario se va y ya no vuelve
- c) *Personalizado*. Que el cibernauta determina que es lo que realmente desea ver entre toda la gama de oferta de información
- d) *Organizado*. La Información desorganizada no sirve de nada, debe contar con herramientas que permitan mostrar clasificaciones por tema, buscadores, etc.

Proceso

Se refiere a la capacidad para mostrar eficientemente y en todo momento la información; de hecho, tanto la forma como el contenido dependen mucho de este punto, porque aún la página más atractiva o la más interesante, si no se puede desplegar bien en la Red, simplemente no sirve.

4.3 El contenido y sus transacciones

Hoy en día existen dos tipos de sitios, que si bien ambos contienen contenido, el interés del cibernauta sobre este contenido varía dependiendo de sus acciones

4.3.1 B2B (Business to Business) (Del Negocio al Negocios)

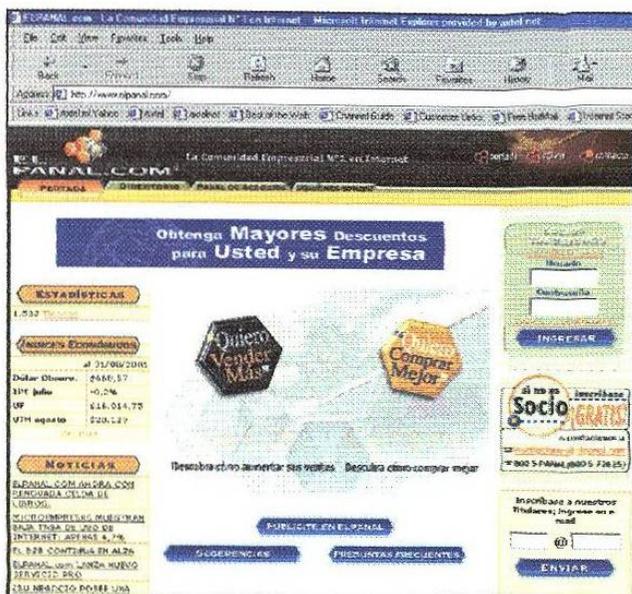
En este tipo de sitios no se realizan transacciones comerciales, el interés del sitio Web está puesto exclusivamente en el contenido y en sus medios de apoyo.

Son aquellas empresas.com que buscan crear contenido novedoso, interesante y clasificado. Son aquellos que buscan el estar innovando con noticias frescas, temas de actualidad, que buscan potencialmente que el cibernauta se vuelva un asiduo visitante de sus páginas.

Comúnmente organizan concursos, trivial, poseen membrecías, etc. Algunas personas se preguntarán ¿Cómo sobreviven estos sitios si no venden absolutamente nada? Pues ellos viven de los ingresos que obtienen por concepto de publicidad, ellos buscan compañías que busquen anunciarse sus en sus sitios por medio de banners o botones que enlacen a sus páginas. Normalmente un sitio de Internet ofrece publicidad a sus clientes evidenciando

cuantos son los usuarios que se conectan a sus páginas y cuántos clics hacen, esto significa para el anunciante el número de veces que sus clientes pudieran leer su publicidad.

FIGURA 13
SITIO DE CONTENIDO B2B



www.elpanal.com

Es un sitio de contenido chileno que busca informar a empresarios sobre oportunidades de Negocios

FIGURA 14

SITIO DE CONTENIDO B2B



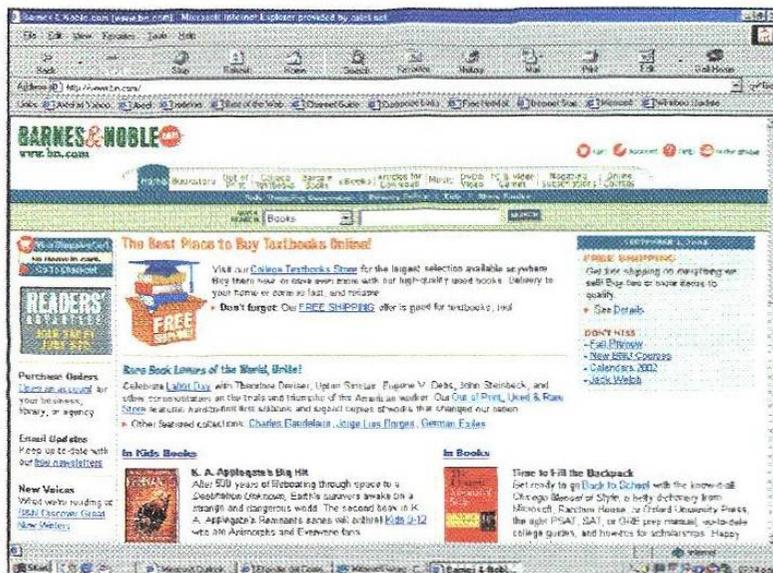
4.3.2 B2C (Business to Costumer) (Del Negocios al Cliente)

En los sites tipo b2c, en los cuales si hay transacción comercial entre el sitio y el internauta, el contenido algunas veces puede ser considerado de menor interés por el visitante sí éste está interesado sólo en efectuar transacciones de compra-venta. Así por ejemplo, si estamos decididos a adquirir un libro por Internet, no nos pudiera interesar que el site tenga secciones referidas a opiniones del libro, encuestas sobre preferencias de libros, o el TOP10 de los libros mas vendidos o qué otros libros hay sobre la materia, o qué otras publicaciones ha escrito el autor.

Estas situaciones existen pero son puntuales, la mayoría de los internautas al efectuar transacciones de compra-venta además del bien, producto o servicio, están buscando soporte técnico, garantía, consultas, cuando llegará el pedido, quién lo enviará, que paso si no llega mi libro, información sobre el uso; etc. es decir "relaciones que les agreguen valor con la comunidad virtual alrededor de ese bien, producto o servicio", y eso lo pueden obtener sólo a través de un contenido organizado para tal fin.

Adicionalmente a esto estas compañías ofrecen servicios llamados "newsletter" por medio el cibernauta se inscribe a un servicio de correo y frecuentemente recibirá en su correo información actualizada sobre productos nuevos o información que sea de su interés.

**FIGURA 15
EJEMPLO DE UN SITIO B2C**



www.bn.com

Barnes & Noble es una compañía dedicada principalmente a la venta de libros, ofrece además un contenido sobre novedades literarias

4.4 ¿Cómo es el Perfil del cibernauta que accesa el Contenido?

A simple vista es muy difícil conocer el perfil del cibernauta, tendríamos que consultar los resultados que se muestran aquellas compañías que se dedican a realizar dichos estudios, para definir este perfil no es necesario basarnos en regiones geográficas, debiéramos basarnos en conocer la psicología de los diferentes tipos de usuarios sobre la base de las conductas más típicas que observamos de ellos, sobre todo según su grado de conocimiento y dominio del Internet, sobre la base de esto pueden definir tres tipos de usuarios:

- Novatos
- Intermedios
- Expertos

4.4.1 Novatos

Son aquellos usuarios que accesar a Internet por primera vez, que como se dice coloquialmente “no aguantan mucho en Internet”, se desesperan al estar buscando información y como no le encuentran se desconectan y terminan, comúnmente son estudiantes que entran por primera vez o personas adultas cuyos conocimientos en la materia son muy pobres.

Los novatos requieren más el uso de las secciones de glosario, ayuda, preguntas, información institucional, participan en los foros y grupos de discusión como oyentes, para que poco a poco crezcan sobre el uso de esta

herramienta y sobre todo crezcan de una manera ordenada o consciente sobre el uso del contenido

4.4.2 Intermedios

Son conocedores de la Red, frecuentemente están conectados una hora a lo mucho un par de horas.

Los intermedios, normalmente son el estrato más numeroso, ocupan la funcionalidad del site, demandan mantenimiento diario del sitio, tienen mucha participación en los foros y discusiones, y hacen menor uso de las ayudas en línea

4.4.3 Expertos

Tienen un gran dominio de la materia de "Internet", como se dice también coloquialmente "se la pasan navegando todo el día", ellos lejos de integrarse a grupos de discusión ellos son los que los principales organizadores de éstos, además llegan a formar sus propias subredes u organismos que buscan un objetivo común.

Los expertos, permanecen poco tiempo en un mismo site, prefieren participar respondiendo las preguntas de los novatos, les gusta conducir ellos mismos los foros, hacer contribuciones de contenido; más que aprender buscan aportar.

Es importante, que los sites ofrezcan contenido a cada una de estas audiencias virtuales para mantener capturados a estos internautas.

Después que hemos identificado a nuestro público objetivo, es importante definir el tipo de contenido para cada perfil de la audiencia, de lo contrario todos aquellos sitios de contenido tendrán poca vida. El internauta será fiel a nuestro site, hasta que consiga otro que le entregue mayor valor, y gran parte de ese valor está en el contenido.

4.5 Tipos de contenido que buscan los cibernautas

Una de las ventajas que brinda el Internet al cibernauta es él poder tener acceso a muchos lugares en los cuales físicamente acceder sería muy difícil, es decir virtualmente es más fácil acceder contenido de Entretenimiento que asistir a un concierto o adquirir un CD de música.

Debido a esto muchos de los cibernautas prefieren consultar los siguientes tipos de contenido:

- **Información**
- **Entretenimiento**
- **Educación, Cultura e Investigación**

Es importante que los sitios de Internet ofrezcan contenido en estas áreas a efectos de que los internautas sientan que consiguen valor y por tal motivo permanezcan en el sitio, efectúen transacciones, generen tráfico y recomienden la dirección a otros navegantes.

4.5.1 Información

Se dice que quien controla la información controla el mundo, por eso cada día existen mas sitios de contenido que ofrecen información muy diversa, dicha información va encaminada a informar al cibernauta sobre muchos temas de actualidad y si esta información es fresca y se actualiza con prontitud hará que las personas estén bien preparadas para una adecuada toma de decisiones

En términos de información un sitio debiera contener: