

# Contenido web

historia, manejo, ingresos

# Un poco de historia técnica

1991: Gopher, WWW

1992: HTML

1993: WWW < 50 servers.

1995: Wiki wiki

1997: Dreamweaver

1998: Typo3

2001: Movable Type, Plone, Drupal

2003: Wordpress, Textpattern, Django

2005: Joomla

# Un poco de historia de uso (i)

1987: IMDB  [www](#)

1994: Yahoo!, Amazon, Geocities

1995: Ebay, Wiki, Altavista

1996: Hotmail

1997: Babel Fish, About.com

1998: Google, Paypal

1999: Napster, Sourceforge

# Un poco de historia de uso (ii)

2000: Blogger, deviantArt, TripAdvisor

2001: Wikipedia, StumbleUpon

2002: Tor, Last.fm, LinkedIn, TinyURL

2003: Skype, iTunes, MySpace, Second Life, The Pirate Bay

—————→ WordPress

2004: Facebook, WoW, OpenStreetMap

2005: YouTube, Google Earth, Megaupload, xkcd (ver figura)

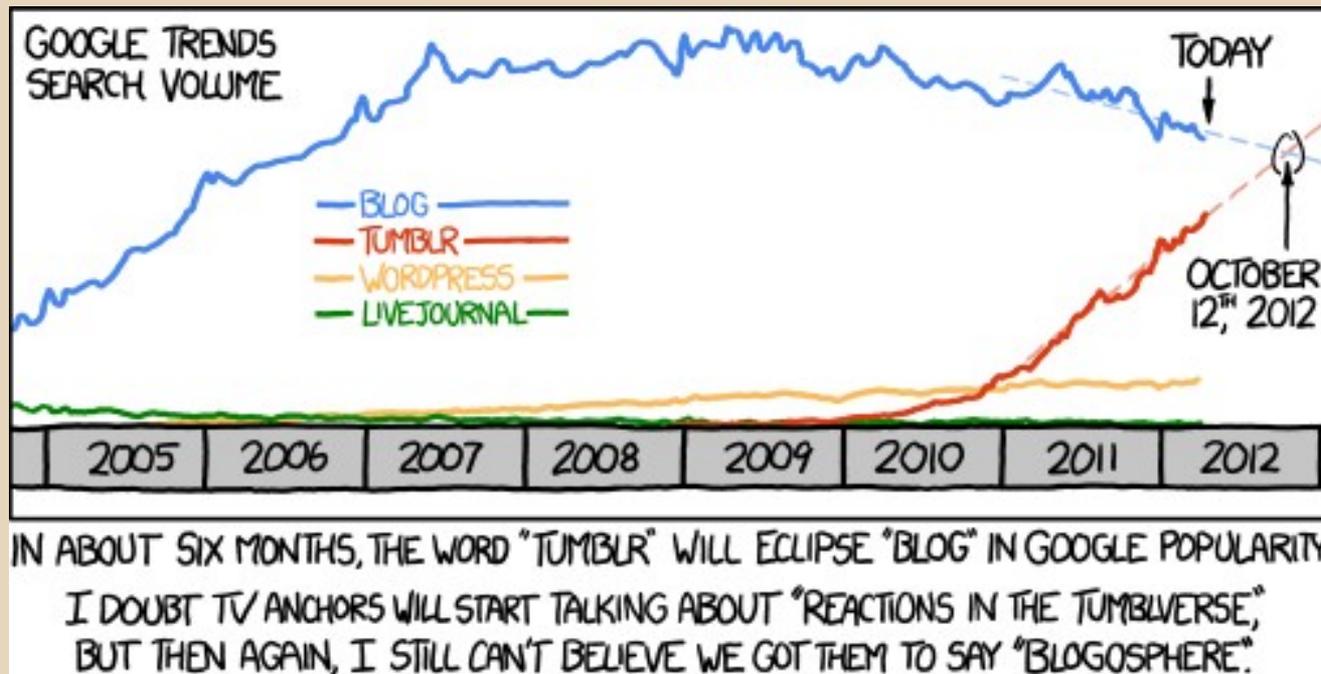
2006: Wikileaks, Twitter

# Un poco de historia de uso (iii)

2007: Tumblr, Google Street View, Kindle

2008: Github, Dropbox, Spotify

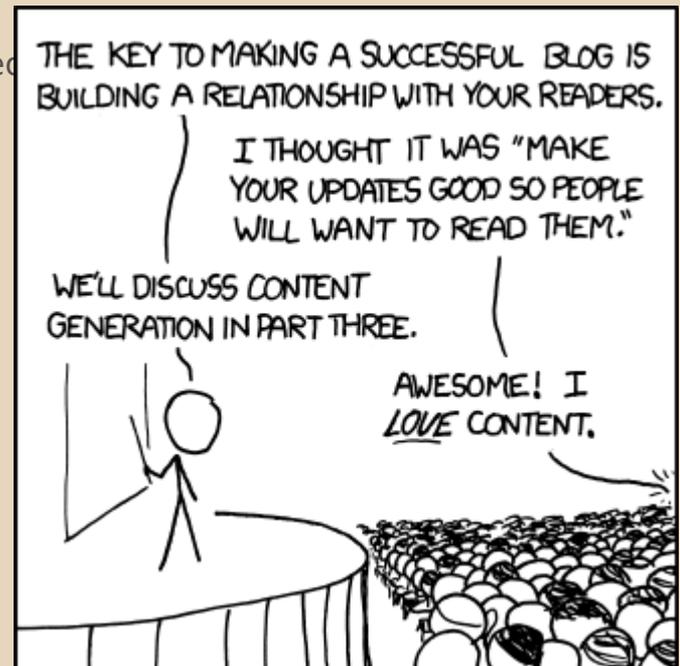
2009: Google Docs



# Content is King

Sin contenido original y deseable cualquier proyecto web es probable que fracase independientemente de otros factores de diseño. (tomado de Wikipedia)

How to win friends and influence people...



# Web Content

Es el contenido textual, visual o auditivo que se encuentra como parte de la experiencia del usuario en los sitios web.

Puede incluir, entre otras cosas: texto, imágenes, sonidos, videos y animaciones.

# Contenidos (recipientes)

Propios:

Página (home page, web page)

Sitio web (web site)

Blog (también ajeno)

Ajenos:

Tumblr

YouTube

Twitter

Facebook

# Contenidos (tipos)

Texto

Imagen

Audio

Video

Animación

Información (feeds)

Servicio

E-mail

SMS

# Manejando Contenido

- Tu propio recipiente
- CMS
- Servicios: feeds, rss, json
  
- Contenido con geo-target
- Anuncios auto-manejados
- Anuncios manejados por otros

# Medios sociales

- Twitter
- Facebook
- LinkedIn
- Foursquare
  
- Mercadeo de medios sociales (Social Media Marketing)
- Venta de productos vs. venta de contenido

# **Contenido web**

historia, manejo, ingresos

## Un poco de historia técnica

1991: Gopher, WWW

1992: HTML

1993: WWW < 50 servers.

1995: Wiki wiki

1997: Dreamweaver

1998: Typo3

2001: Movable Type, Plone, Drupal

2003: Wordpress, Textpattern, Django

2005: Joomla

Esta es la historia de las tecnologías que nos permiten manejar mejor el contenido

## Un poco de historia de uso (i)

1987: IMDB \_\_\_\_\_ → [www](#)

1994: Yahoo!, Amazon, Geocities

1995: Ebay, Wiki, Altavista

1996: Hotmail

1997: Babel Fish, About.com

1998: Google, Paypal

1999: Napster, Sourceforge

IMDB existió antes del web, usaban usent groups. En nicaragua habían grupos de discusión. Yahoo estaba en el lugar correcto el momento correcto.

## Un poco de historia de uso (ii)

2000: Blogger, deviantArt, TripAdvisor

2001: Wikipedia, StumbleUpon

2002: Tor, Last.fm, LinkedIn, TinyURL

2003: Skype, iTunes, MySpace, Second Life, The Pirate Bay → WordPress

2004: Facebook, WoW, OpenStreetMap

2005: YouTube, Google Earth, Megaupload, xkcd (ver figura)

2006: Wikileaks, Twitter

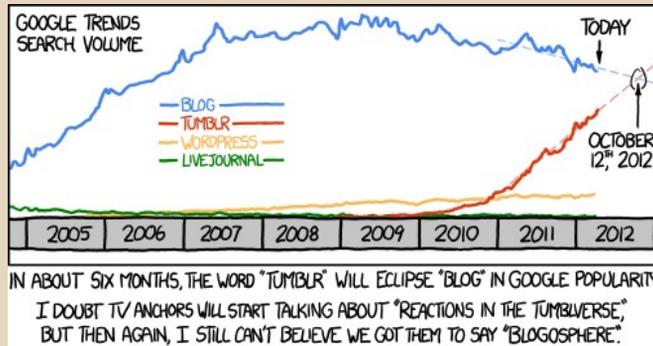
Inicios de los 2000 marca un boom del entretenimiento. Y después del 2004, de las redes sociales.

## Un poco de historia de uso (iii)

2007: Tumblr, Google Street View, Kindle

2008: Github, Dropbox, Spotify

2009: Google Docs



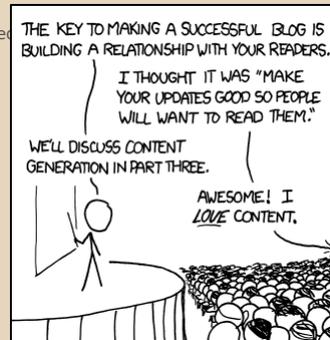
tomado de xkcd.com

Tecnologías colaborativas, contenido multi-media va siendo más y más importante. Ahora se pueden buscar imágenes en Google.

# Content is King

Sin contenido original y deseable cualquier proyecto web es probable que fracase independientemente de otros factores de diseño. (tomado de Wikipedia)

How to win friends and influence people...



tomado de xkcd.com

La frase puede ser interpretada en el sentido de que - sin contenido original y deseable, ni consideración por los derechos y los intereses comerciales de los creadores de contenido - cualquier empresa de medios de comunicación es probable que fracase por falta de contenidos atractivos, independientemente de otros factores de diseño.

## Web Content

Es el contenido textual, visual o auditivo que se encuentra como parte de la experiencia del usuario en los sitios web.

Puede incluir, entre otras cosas: texto, imágenes, sonidos, videos y animaciones.

In *Information Architecture for the World Wide Web*, Lou Rosenfeld and Peter Morville write, "We define content broadly as 'the stuff in your Web site.' This may include documents, data, applications, e-services, images, audio and video files, personal Web pages, archived e-mail messages, and more. And we include future stuff as well as present stuff."

## Contenidos (recipientes)

Propios:

Página (home page, web page)

Sitio web (web site)

Blog (también ajeno)

Ajenos:

Tumblr

YouTube

Twitter

Facebook

En los propios es más sencillo hacer "display advertising", en el resto Social media marketing: the process of gaining traffic or attention through social media websites such as Facebook, Twitter and LinkedIn. En YouTube, video marketing.

## Contenidos (tipos)

Texto  
Imagen  
Audio  
Video  
Animación  
Información (feeds)  
Servicio  
E-mail  
SMS

Cada tipo de contenido presenta distintas oportunidades de mercadeo. Texto aún el más importante en búsquedas. Las imágenes tiene texto a los alrededores y atraen más que el texto. Audio? Video: Video marketing: This type of marketing specializes in creating videos that engage the viewer into a buying state by presenting information in video form and guiding them to a product or service[citation needed] Online video is increasingly becoming more popular among internet users and companies are seeing it as a viable method of attracting customers.[11]

## Manejando Contenido

- Tu propio recipiente
- CMS
- Servicios: feeds, rss, json
  
- Contenido con geo-target
- Anuncios auto-manejados
- Anuncios manejados por otros

Es muy sencillo manejar contenido. Un buen diseño es caro. Los CMS modernos permiten manejar todos los tipos de contenido populares, y permiten crear servicios que sean utilizados por otros sitios.

Geo-target puede ser por opción propia o automatizado.

Los anuncios los puede vender y manejar uno, o los puede manejar Google.

## Medios sociales

- Twitter
- Facebook
- LinkedIn
- Foursquare
  
- Mercadeo de medios sociales (Social Media Marketing)
- Venta de productos vs. venta de contenido

Twitter ofrece muchas maneras de ganar dinero, vendiendo tweets a otros cuando tenés muchos seguidores. Facebook es un poco más compliado, ellos controlan la publicidad con excepciones en las aplicaciones donde igual hay muchas restricciones.

Foursquare es una manera más compleja de mercadear, tiene que ver con tecnología móvil.

Si vendés productos, tener una página en Facebook ya es un anuncio, si vendés contenido (y/o anuncios al lado de tu contenido), entonces sólo estás alejando a la gente de tu sitio? Hay una manera de atraerlos? Casos de los periódicos como The Guardian, El País, etc que crean aplicaciones.