



# CASTILLA Y LEÓN 2.0

Hacia la Sociedad de  
la Colaboración



**2008 Junta de Castilla y León**

**Edita:** Consejería de Fomento.

**Realiza:** Observatorio Regional de la Sociedad de la Información. (ORSI)

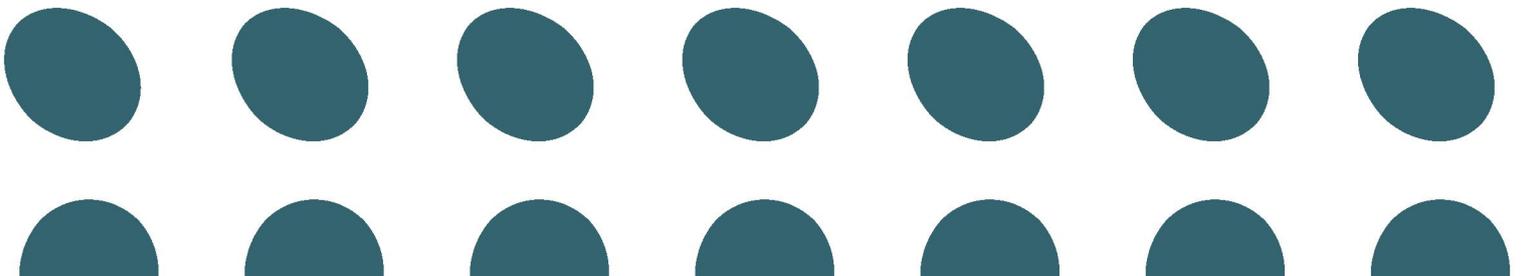
**Depósito Legal:**

Queda rigurosamente prohibida, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento.

## ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN</b>	<b>5</b>
<b>2. APROXIMACIONES CONCEPTUALES</b>	<b>9</b>
2.1 EVOLUCIÓN DE LA WEB	11
2.1.1 Web 1.0	11
2.1.2 Web 1.5	12
2.1.3 Web 2.0	12
<b>3. TRAS UNA DEFINICIÓN DE WEB 2.0</b>	<b>15</b>
<b>4. SERVICIOS WEB 2.0</b>	<b>23</b>
4.1 FOROS	25
4.2 SITIOS WEB PERSONALES: BLOGS	25
4.3 WIKIS	32
4.4 SINDICACIÓN DE CONTENIDOS	35
4.5 SITIOS PARA COMPARTIR DOCUMENTOS Y MULTIMEDIA	38
4.6 MARCADORES SOCIALES Y “FOLCSONOMÍAS”	41
4.7 MASHUPS	42
4.8 WIDGETS	44
4.9 REDES SOCIALES	45
<b>5. CAPACIDADES DE LA WEB 2.0</b>	<b>49</b>
5.1 EMPRESA 2.0	51
5.2 ADMINISTRACIÓN 2.0	59
5.3 POLÍTICA 2.0	67
5.4 CIUDADANOS 2.0	68

5.5 EDUCACIÓN 2.0 .....	74
5.6 BANCA 2.0 .....	78
5.7 TRAVEL 2.0 .....	81
<b>6. OTRAS PLATAFORMAS: MOBILE 2.0 Y TV 2.0 .....</b>	<b>87</b>
6.1 MOBILE 2.0 .....	90
6.2 TELEVISIÓN 2.0 .....	96
<b>7. TENDENCIAS DE LA WEB .....</b>	<b>101</b>
<b>8. CONCLUSIONES .....</b>	<b>107</b>
<b>9. GLOSARIO .....</b>	<b>111</b>
<b>10. COLABORACIONES .....</b>	<b>117</b>
<b>11. BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>121</b>

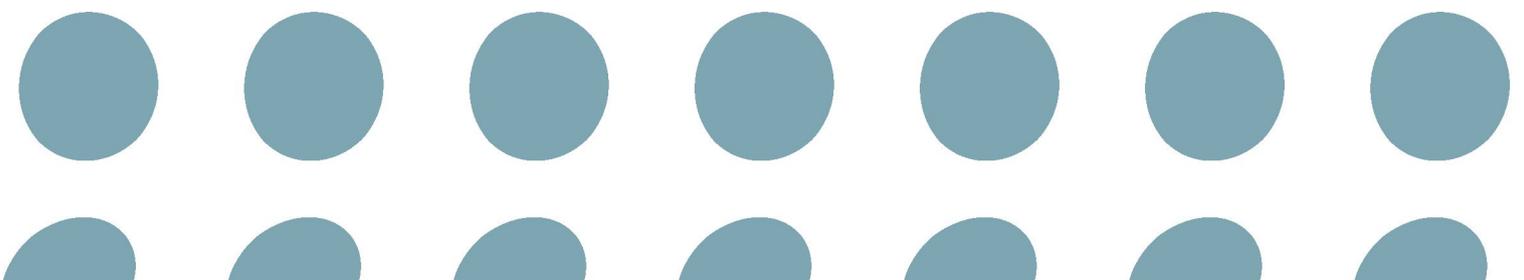
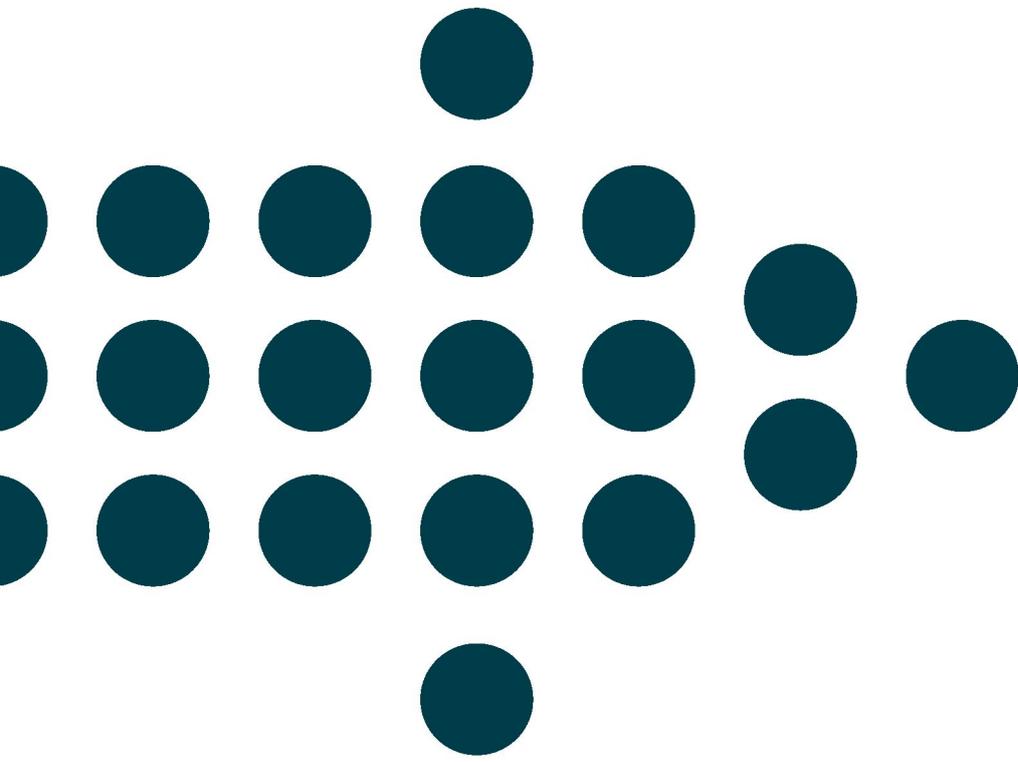




# CASTILLA Y LEÓN 2.0

## 1. INTRODUCCIÓN







## 1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, vivimos en una época de cambios acelerados y constantes innovaciones, donde el término "Sociedad Digital del Conocimiento" define un nuevo modelo de sociedad, siendo Internet la herramienta fundamental para gestionar la información a nivel mundial, facilitando los procesos de comunicación entre las personas, empresas y la administración pública.

Internet permite disponer de un espacio virtual para generar un creciente intercambio de ideas y opiniones en beneficio de las ciudades, las regiones y los países, reflejo lo más fiel posible de la riqueza humana que los conforma: un medio para impulsar la participación ciudadana y hacer efectivo el derecho a la libertad de expresión.

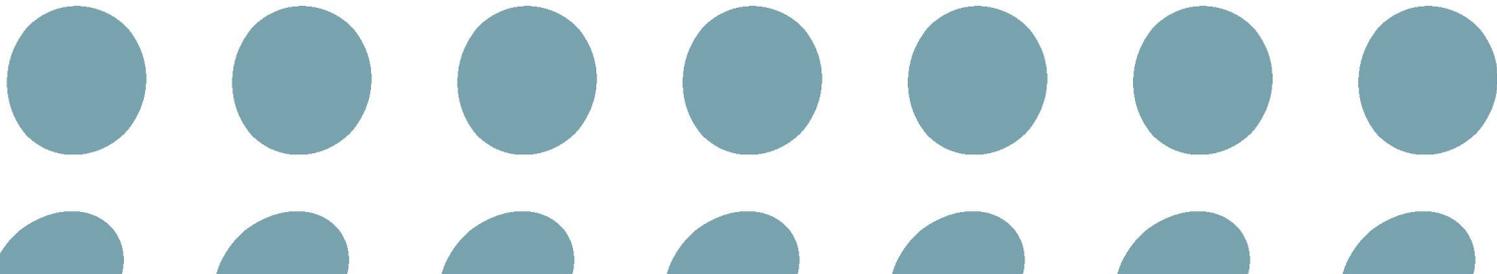
La Junta de Castilla y León adoptó el acuerdo de 20 de octubre de 2005, por el que suscribe la Declaración de Principios para Construir la Sociedad de la Información, declaración por la que se colabora para conseguir los objetivos expresados en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información celebrada en Túnez del 16 al 18 de noviembre de 2005.

En virtud de esta Declaración, se establece un compromiso de construir una Sociedad Digital del Conocimiento centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida, sobre la base de los propósitos y principios de la Carta de las Naciones Unidas y respetando plenamente y defendiendo la Declaración Universal de Derechos Humanos.

La **Estrategia Regional para la Sociedad Digital del Conocimiento de Castilla y León 2007-2013 (ERSDI)** a través de la línea estratégica Contenidos y Servicios Digitales, manifiesta el compromiso de la Junta de Castilla y León por impulsar la creación de contenidos capaces de generar interés para favorecer la participación activa de los ciudadanos en la Sociedad Digital del Conocimiento y el disfrute de sus ventajas.

Internet cobra en este modelo de sociedad una gran importancia, ya que contribuye activamente al desarrollo de procesos de información, comunicación, intercambio y generación de nuevos contenidos y conocimientos. Sin embargo, es aquí donde más se concentran estos cambios e innovaciones, tanto tecnológicos como sociales. Mientras que las tecnologías progresan en hacer de Internet una herramienta más robusta y eficiente con la incorporación de nuevos protocolos de comunicación y lenguajes de programación, la evolución de los usuarios y el uso que hacen de la Red, fomenta el surgimiento de nuevas y más avanzadas aplicaciones.

De esta forma, en 2004 surge el concepto "**Web 2.0**", que identifica aquellas características de inteligencia colectiva y participación de la Red en la actualidad, donde el usuario adquiere un papel protagonista convirtiéndose en generador de contenidos, desapareciendo la unidireccionalidad y dejando paso a la retroalimentación.





El presente estudio pretende dar una visión global de esta nueva filosofía para que se pueda conocer, apoyar, promocionar o incluso criticar su uso en función de su propia realidad. Ha sido redactado con un lenguaje sencillo, evitando en la medida de lo posible la utilización de términos técnicos que dificulten su comprensión.

Es importante destacar asimismo el alto grado de conexión que existe entre los distintos apartados, donde todos ellos guardan una estrecha relación de la que, sin duda, el lector se percatará a medida que vaya avanzando.

La primera parte de esta publicación está dedicada a la definición de Web 2.0, bajo qué condiciones nace, cuáles son sus características principales y en qué herramientas se sustenta. Este apartado tiene como objetivo principal, clarificar conceptos y crear una base sólida que permita posicionar al lector para valorar esta filosofía.

A continuación se analizan cuáles son sus capacidades para el desarrollo socioeconómico de Castilla y León. Así, se muestran las posibilidades que ofrece y su rentabilidad, apoyándose en ejemplos concretos puestos en marcha por distintas entidades, destacando los principales servicios que aporta la Web 2.0 a la sociedad, y en particular, a ciudadanos, empresas y administraciones.

Además de Internet como plataforma 2.0, donde cada vez más usuarios toman un papel activo en la creación de contenidos, se está comenzando a hablar de otras plataformas, como la televisión y el móvil. Veremos también en este estudio cómo en un futuro próximo, Internet, la televisión y los teléfonos móviles estarán completamente integrados, pudiendo interactuar con los contenidos disponibles, independientemente de la plataforma utilizada para su difusión.

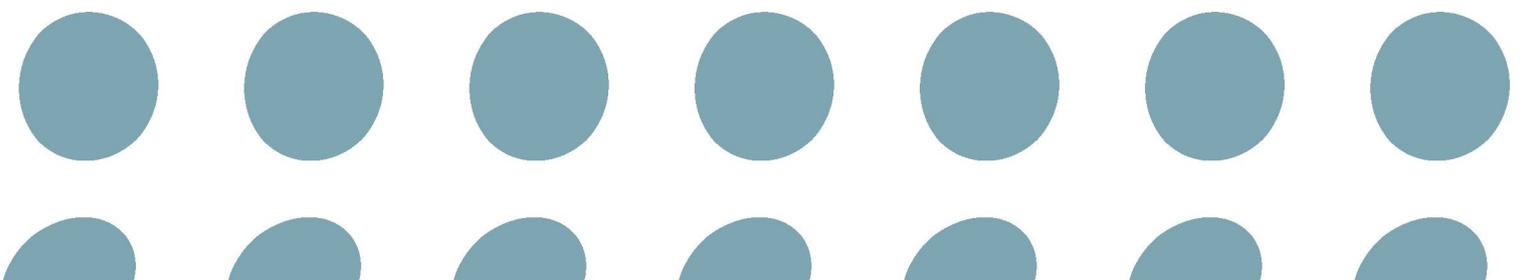
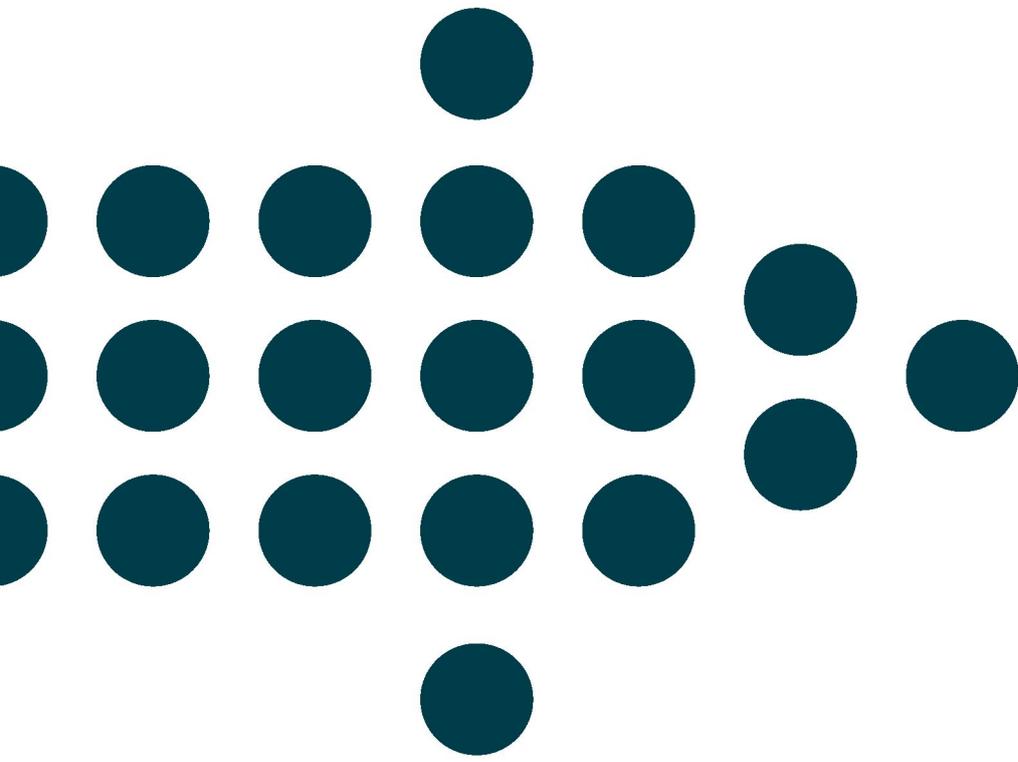
Por último, se hace un esbozo de cuáles son las tendencias futuras de la Web, hacia dónde vamos, introduciendo el concepto de Web 3.0, una extensión de la Web en la cual la información cobra significado propio, de modo que las máquinas pueden entender esa información.



# CASTILLA Y LEÓN 2.0

## 2. APROXIMACIONES CONCEPTUALES







## 2. APROXIMACIONES CONCEPTUALES

Con carácter previo es conveniente aclarar dos conceptos, que en la práctica tienden a solaparse: Internet y la Web.

1. **Internet:** La Real Academia de la Lengua define este término como una red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación.

No es más (ni menos), que un conjunto de ordenadores conectados entre sí mediante redes informáticas (de ahí que sea conocido popularmente como “Red de redes”), que permiten el intercambio de información. Ofrece distintos servicios, como pueden ser, el correo electrónico, el Chat o la web.

2. **La Web o World Wide Web** es el conjunto de información al que se puede acceder a través de Internet, siendo las páginas web su unidad básica, el documento electrónico que permite la consulta de los contenidos que nos interesan.

Un símil muy sencillo: Internet es una autopista (entendida como medio) y la Web son los automóviles que circulan por ella.

Es importante discernir entre estos dos conceptos para que el lector no se lleve a equívoco. Este estudio repasa la evolución que ha sufrido la web, que no Internet, hasta llegar a lo que hoy conocemos como Web 2.0, cuáles son los pilares sobre los que se asienta y sus principales aplicaciones.

### 2.1 EVOLUCIÓN DE LA WEB

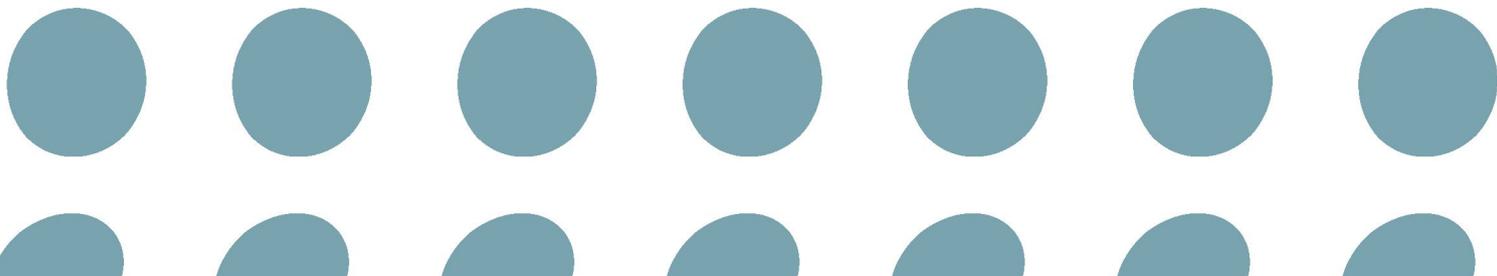
Si hablamos de que ha habido una evolución hasta llegar a la web 2.0 eso quiere decir que, anterior a ella, tuvo que existir una web 1.0 y a medio camino entre ambas, una web 1.5. Veamos cuáles han sido sus diferencias.

#### 2.1.1 Web 1.0

En 1992, Tim Berners Lee<sup>1</sup> crea la World Wide Web, utilizando tres nuevos recursos:

- HTML (Hypertext Markup Language): lenguaje con el que se empezaron a escribir las páginas Web.

1 Tim Berners-Lee nacido en 1955 en Londres, se licenció en Física en 1976 en el Queen's College de la Universidad de Oxford. Trabajando en el CERN (European Organization for Nuclear Research) concibió la idea de un proyecto de hipertexto global, que años más tarde se convertiría en la World Wide Web.





- HTTP (Hypertext Transfer Protocol): es el protocolo de comunicación que permite la visualización de páginas web desde nuestro navegador.
- Navegador o Browser es un programa que permite ver el contenido de las páginas web. Ejemplo: Internet Explorer, Mozilla Firefox, Netscape...

La web tradicional tal y como la conocimos en sus inicios, se caracterizaba por ser un sitio estático donde los administradores o el webmaster llevaba el peso y control absoluto de toda la información para ser consultada por los visitantes. Se concebía como una página de lectura, sin apenas interacción entre usuarios.

La actualización de contenidos representaba cierta dificultad (hacer modificaciones en ellas requería cambios dentro de su código). Sólo programadores con conocimientos en lenguaje HTML podían realizarlas, lo que no permitía la inclusión de novedades periódicamente.

Todo giraba en torno a los editores, su tiempo, su disponibilidad o simplemente, su grado de implicación.

En esta etapa de desarrollo de la Web, el rol que tenía el internauta era el de mero consumidor de información.

### 2.1.2 Web 1.5

Este paso evolutivo está marcado por el desarrollo de diversas tecnologías que permiten generar contenidos de forma dinámica.

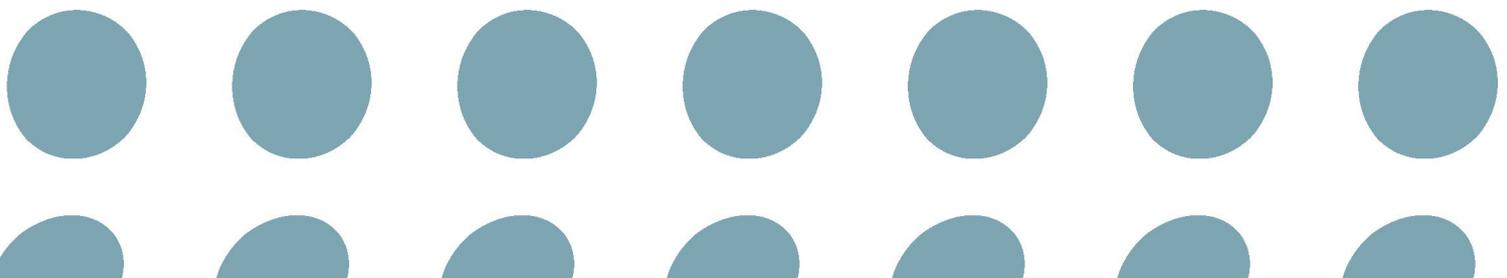
En estas web se permite la participación de usuarios pero se sigue manteniendo un control sobre ella. Los editores conservan el poder de decisión. Comentarios de artículos, foros o chat aparecen en escena.

Podría ser considerada **la web intermedia**, es la llamada web 1.5.

### 2.1.3 Web 2.0

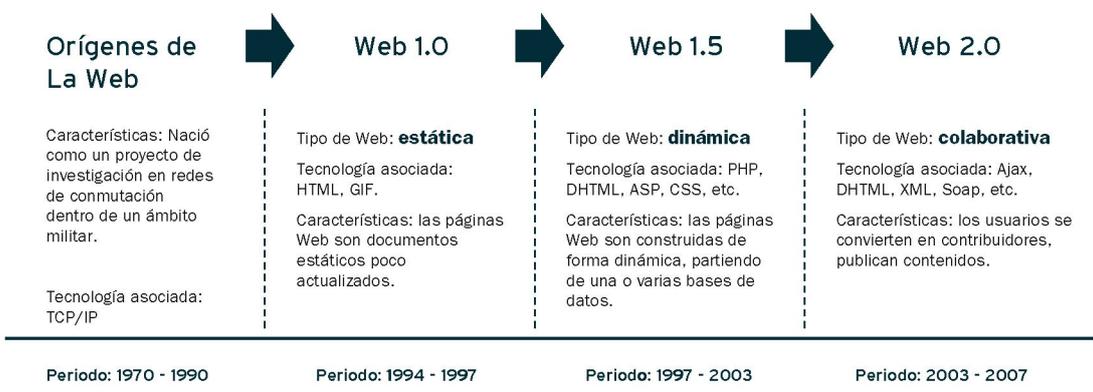
Recientemente, se viene utilizando el término Web 2.0 para referirse a una nueva tendencia en el uso de las páginas Web, en la que el **usuario es el centro de la información y generador de contenidos**.

Se concibe como una filosofía, una actitud, una forma de hacer las cosas que ha nacido gracias a la evolución de la propia tecnología, que nos ha permitido pasar de ser exclusivamente consumidores a convertirnos, además, en productores y creadores.





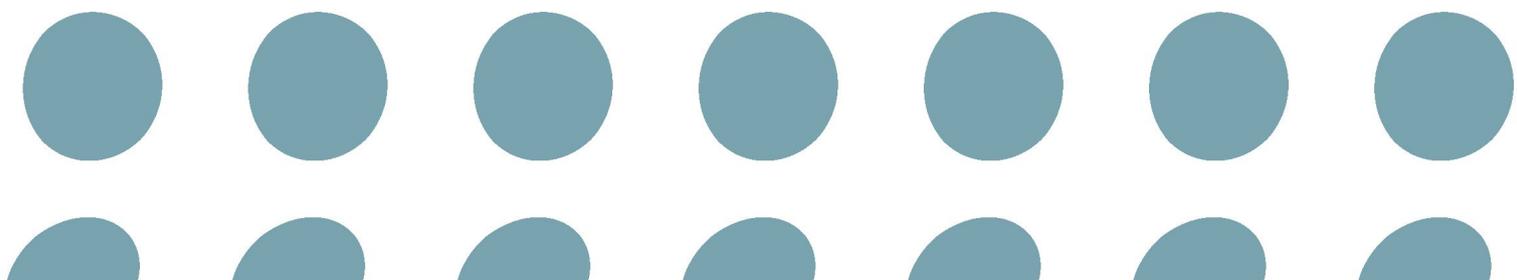
### Evolución de Web



EVOLUCIÓN DE WEB  
Fuente: Elaboración propia

La evolución de la web ha estado marcada por distintos cambios que han dado lugar a lo que hoy se conoce como web social.

A continuación se muestra con una imagen muy gráfica las diferencias entre la web 1.0 y la web 2.0.



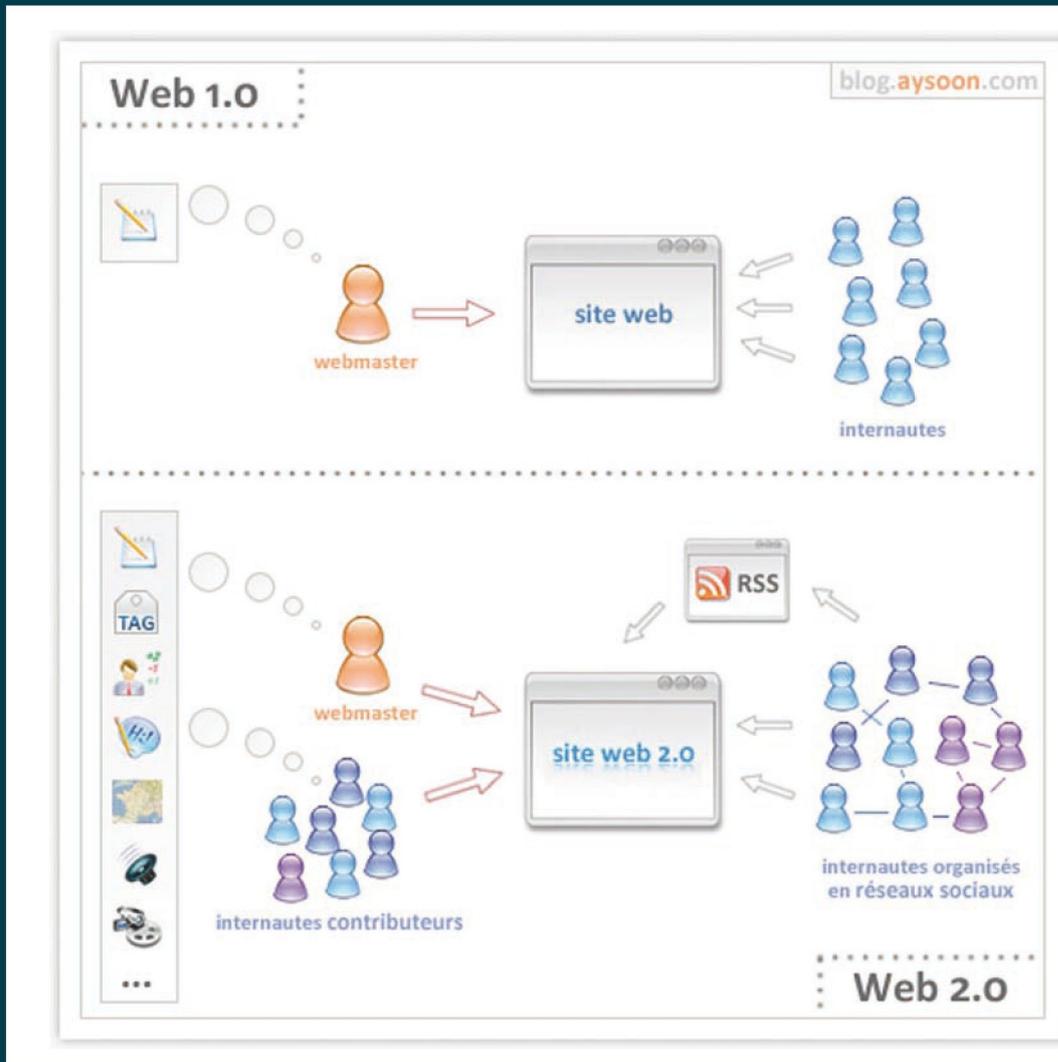
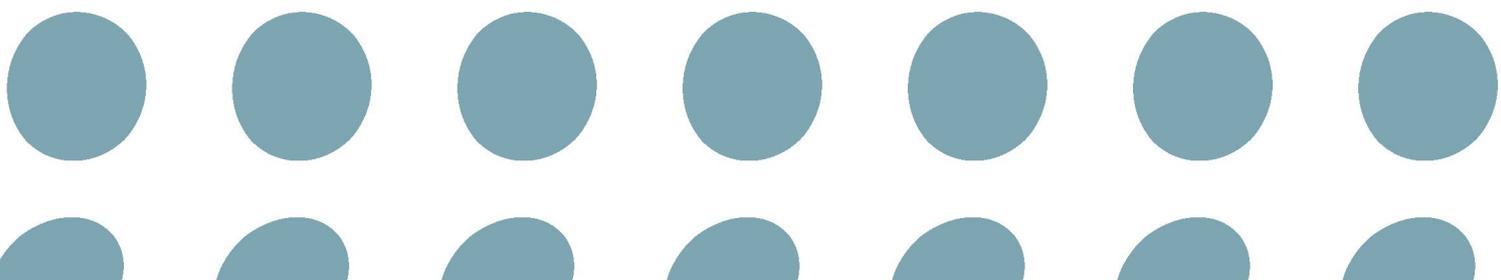


ILUSTRACIÓN DE LA DIFERENCIA ENTRE WEB 1.0 Y WEB 2.0  
Fuente: blog.aysoon.com

La imagen muestra cómo el administrador del sitio (webmaster) ha ido compartiendo protagonismo con los internautas a la hora de aportar contenidos a las páginas web. Las nuevas herramientas 2.0 (aparecen en la columna de la izquierda y serán explicadas a lo largo del estudio) han hecho posible este cambio.

La **inteligencia colectiva** es aprovechada en Internet y el **proceso de retroalimentación** se constituye como un principio básico en la forma de actuar.

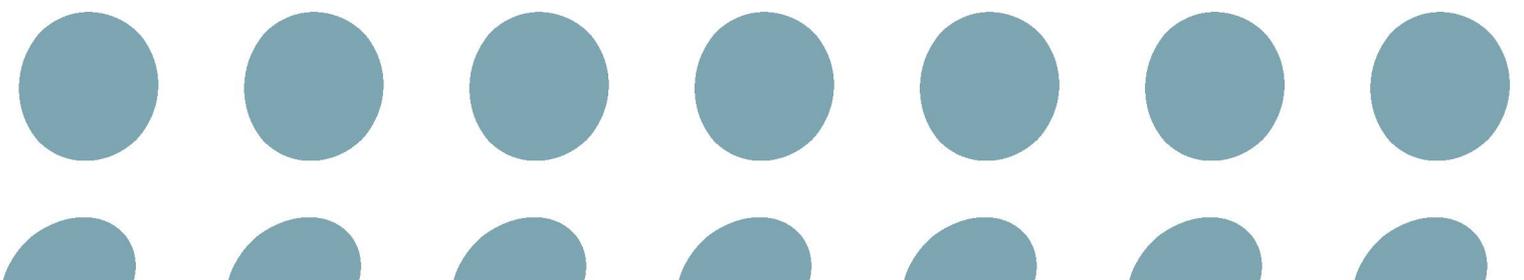
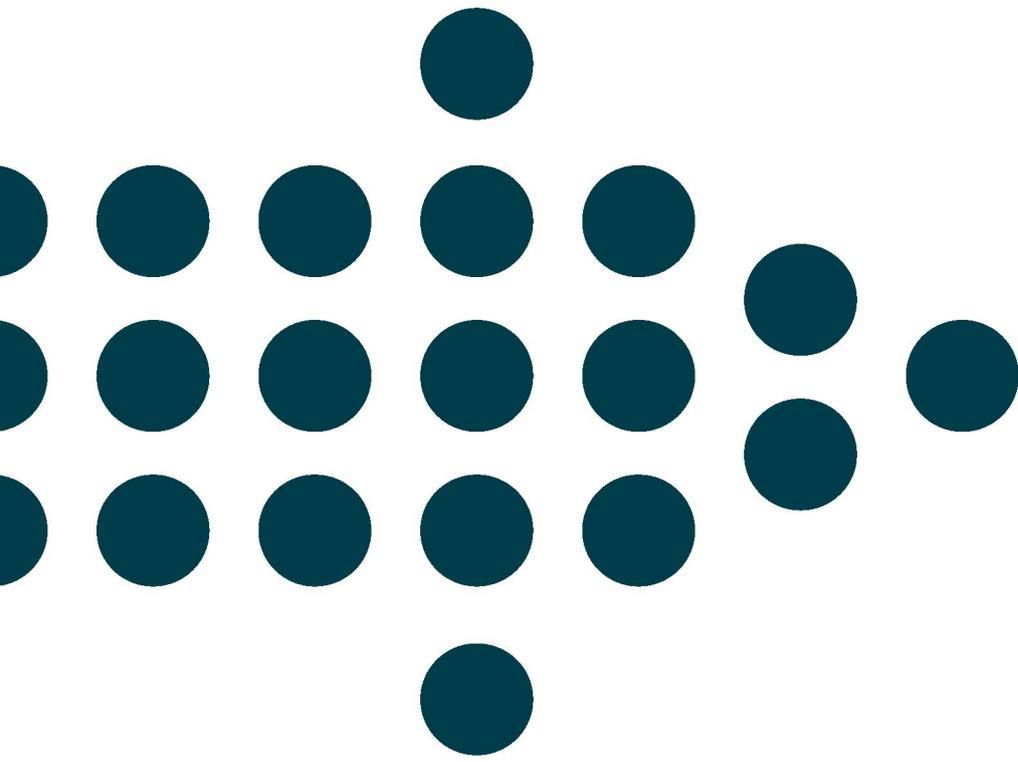




# CASTILLA Y LEÓN 2.0

3. TRAS UNA DEFINICIÓN  
DE WEB 2.0







## Web 2.0

### 3. TRAS UNA DEFINICIÓN DE WEB 2.0

El término web 2.0 está de moda. En los últimos años, se ha convertido en el tema central de innumerables artículos, es mencionado en un sinfín de congresos, aparecen millones de resultados en los principales buscadores y ocupa la mente de multitud de empresarios y otros profesionales, que buscan en sus aplicaciones la máxima rentabilidad. Pero... ¿qué se esconde tras ella?

Acotar su significado resulta complicado y quizá en este hecho radica su principal inconveniente. La mayoría de las personas coincidirían con la siguiente afirmación: No podría definirlo, pero lo reconozco en cuanto lo veo. Y es que, a pesar de estar en boca de todos, es difícil encontrar una definición clara, completa, que sea capaz de establecer una frontera entre lo que es y lo que no es. Sin embargo, y casi sin darnos cuenta, hemos hecho uso de ella en alguna ocasión viendo videos en YouTube ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)), colgando nuestras fotos en Flickr ([www.flickr.com](http://www.flickr.com)), creando nuestro propio blog o un perfil en Facebook ([www.facebook.com](http://www.facebook.com)) o Myspace ([www.myspace.com](http://www.myspace.com)).

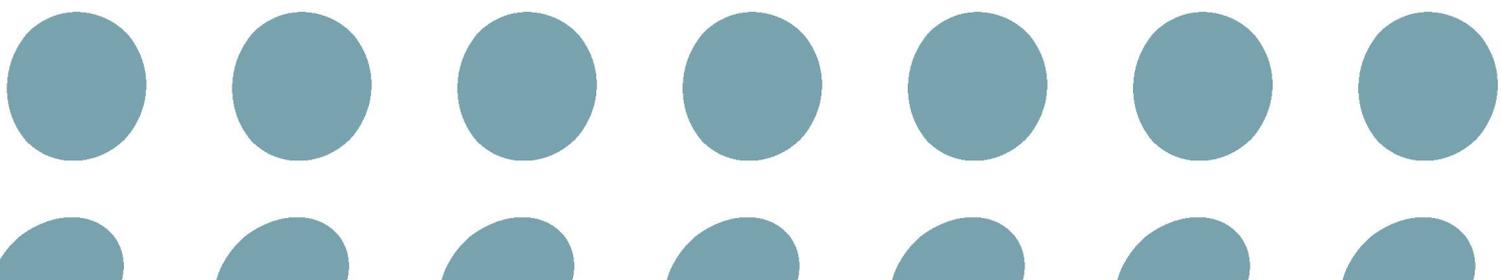
Su misma nomenclatura "2.0", similar a la de los programas informáticos<sup>2</sup>, aporta datos relevantes. El hecho de haber sufrido modificaciones en el primer dígito (de web 1.0 a 2.0), presupone cambios sustanciales en el modelo de páginas web disponibles hasta ahora, según expone Xavier Ribes en su artículo "La web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva".

Este mismo autor sugiere que nos encontramos ante un producto que estará sometido a una constante revisión.(...) Los creadores de un servicio 2.0, durante su lanzamiento (...) identifican su situación como "en fase Beta" (...) lo cual apunta a que una Web 2.0 no se construye, sino que se prueba y se modifica continuamente para dotarla de nuevas prestaciones.

La Web 2.0 no es un cambio tecnológico, sino un cambio en la filosofía que identifica el uso actual que hacen tanto los internautas como las empresas de la Red. Hoy por hoy, los usuarios de Internet quieren participar (blogs, wikis...), quieren estar informados de forma rápida y eficaz (sindicación RSS), localizar la información de un modo más fiable, y poder colaborar en comunidades con ideas afines a ellos.

En realidad, cuando hablamos del término Web 2.0 nos referimos a una serie de aplicaciones y páginas de Internet que proporcionan al usuario el control de sus datos, siendo las aplicaciones más representativas de la Web 2.0 los Blogs y las Wikis.

<sup>2</sup> Las versiones de un mismo producto se identifican con dos o más dígitos separados por puntos. Cuanto más a la derecha esté el número que varía, menor importancia tiene el cambio realizado.



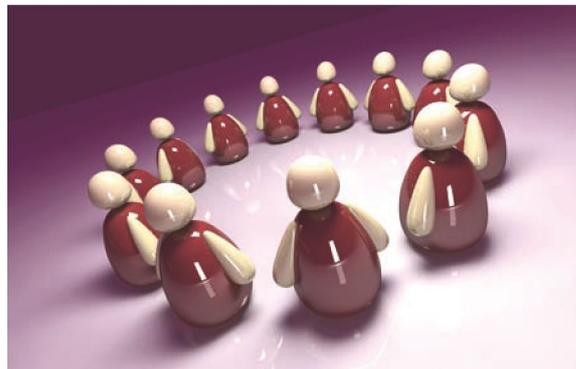


En el artículo mencionado anteriormente<sup>3</sup> aparece una definición completa de lo que puede entenderse por Web 2.0, que se transcribe a continuación:

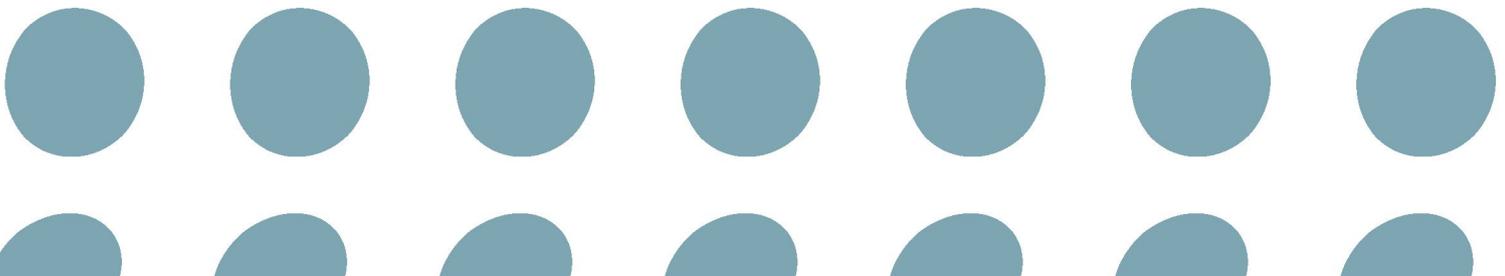
*podemos considerar como Web 2.0 todas aquellas utilidades y servicios de Internet que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido (añadiendo, cambiando o borrando información o asociando metadatos a la información existente), bien en la forma de presentarlos o en contenido y forma simultáneamente.*

Dicho de otra forma, una aplicación on line *podrá considerarse como Web 2.0 cuando permita procesos de interactividad de contenidos contributiva (cuando el usuario pueda añadir y compartir información con otros usuarios, como en Flickr / [www.flickr.com](http://www.flickr.com), procesos de interacción de contenidos combinatoria (cuando posibilite la interrelación de contenidos de diferentes bases de datos –como en los denominados purés o Mashups o, por poner un ejemplo concreto, en What’s Up? / [www.jeroenwijering.com/whatsup](http://www.jeroenwijering.com/whatsup) o procesos de interacción de interficie<sup>4</sup> como en Netvibes ([www.netvibes.com](http://www.netvibes.com)) o iGoogle ([www.google.com/ig](http://www.google.com/ig)), ya sean de preferencias estéticas o de funciones (cuando el usuario puede ubicar los contenidos en diferentes lugares de la pantalla o decidir qué contenidos aparecen) o generativa (cuando el sistema, a partir del análisis del modo de operar del usuario con la interficie, decida por el usuario cómo o qué datos presentar).*

*Cabe señalar que esta definición, de forma intencionada, no excluye aquellas aplicaciones on line que estén soportadas en entornos diferentes al servicio web. Se dará, pues, la paradoja de que algunas aplicaciones denominadas Web 2.0 no sean propiamente “web”, esto es, accesibles a través de un navegador, y se requiera de programas o dispositivos específicos para recibir sus contenidos o servicios (como ocurre en las redes peer to peer).*



- 3 La web 2.0. El valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva” en Telos, 73, Madrid: Fundación Telefónica, p. 36-43. Xavier Ribes.
- 4 En el contexto tradicional, interficie es el interfaz hombre-máquina: el hardware y software a través del cual el usuario interactúa con el sistema informático. En este caso se refiere a las páginas web que actúan a modo de ventana a Internet como **escritorio** virtual personalizado, similar a nuestra pantalla principal o escritorio que aparece cuando encendemos el PC.
- 5 O’Reilly Media, es una empresa editorial estadounidense especializada en publicaciones relacionadas con la programación informática.
- 6 Media Live Internacional es el productor de los eventos mundiales más conocidos y proveedor de servicios de marketing para compradores y vendedores de tecnología.

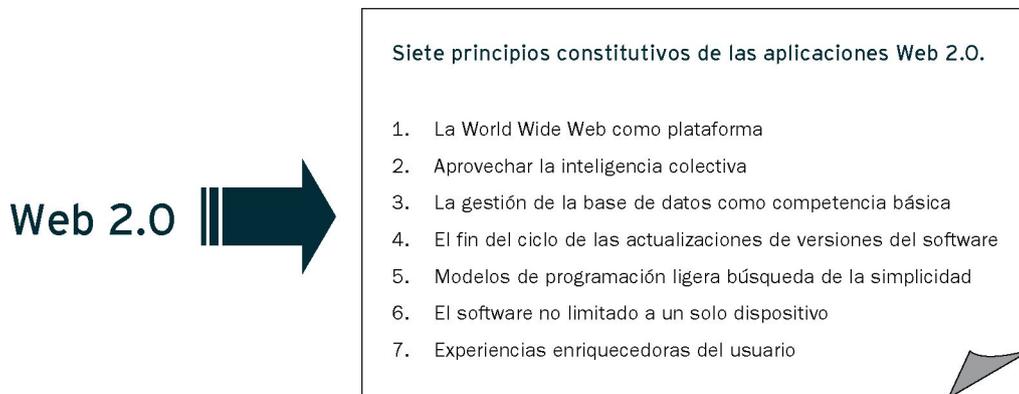


Que el lector no se desanime, todos los términos reflejados en estos últimos párrafos, se explicarán a lo largo del estudio, proponiendo ejemplos prácticos para que resulte más sencilla su comprensión.

El concepto Web 2.0, debe su origen a una tormenta de ideas entre los equipos de O'Reilly Media<sup>5</sup> y MediaLive Internacional<sup>6</sup> a mediados de 2004, donde se trataron aspectos relacionados con el renacimiento y la evolución de la Web. Fue entonces cuando se acuñó por primera vez este término, haciendo referencia a las nuevas aplicaciones y páginas Web con funciones innovadoras.

Con el objeto de dar cierta identidad teórica al nuevo término y contrarrestar la confusión del momento, O'Reilly<sup>7</sup> publicó un artículo en septiembre de 2005, que hasta hoy es la principal referencia bibliográfica del concepto<sup>8</sup>. Este artículo proporcionó un sustento teórico a un fenómeno y a unas ideas que estaban tomando forma hacía varios años. La puesta en línea de Napster<sup>9</sup> en 1999, el lanzamiento de las primeras aplicaciones para la publicación de blogs (en ese mismo año aparece Blogger<sup>10</sup>) y la creación de la Wikipedia<sup>11</sup> a comienzos de 2001, fueron paradigmas de esta transformación y generaron las bases de la escritura colaborativa, uno de los principios de la Web 2.0.

A continuación se repasan los siete principios constitutivos en las aplicaciones Web 2.0 citados por O'Reilly.



ESQUEMA DE LOS PRINCIPIOS QUE CONSTITUYEN LA WEB 2.0

Fuente: Elaboración propia

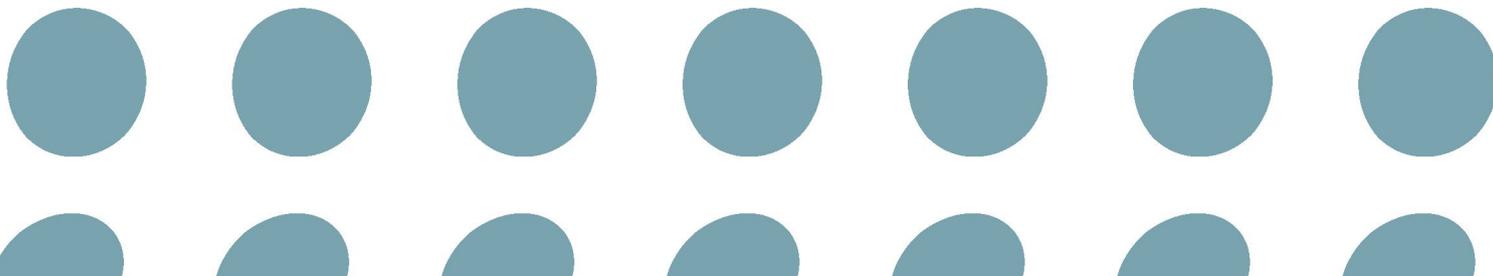
7 Tim O'Reilly fundador y presidente de O'Reilly Media (editorial) y uno de los autores del concepto Web 2.0.

8 (O'Reilly, 2006).

9 Servicio de distribución de archivos de música (en formato mp3) y pionero de las redes P2P ("peer to peer" o "de igual a igual").

10 Aplicación para publicar blogs.

11 Enciclopedia libre plurilingüe basada en la tecnología wiki ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)).





## 1. La World Wide Web como plataforma

Actualmente el software se tiende a ofrecer como un servicio Web y no tanto como una aplicación nativa empaquetada en un CD para su venta. Ya no es necesaria la portabilidad de un programa software a una determinada plataforma o sistema operativo y su posterior instalación para poder utilizarla. Ahora los clientes pueden ejecutar el software en su propio equipo, sencillamente a través de la Web. Éste, accede directamente al servicio ofrecido por la aplicación, sin preocuparse por la capa que existe debajo: una red de ordenadores escalables en los que corren sistemas operativos de software abierto junto con aplicaciones y utilidades que nunca conseguirán ver.

Estas aplicaciones de software desarrolladas en lenguajes de programación diferentes, y ejecutadas sobre cualquier plataforma, pueden utilizar los servicios web (en inglés Web service) para intercambiar datos en redes de ordenadores, como Internet, sobre un ambiente SOA (en inglés Service Oriented Architecture), donde los nodos de la red hacen disponibles sus recursos a otros participantes como servicios independientes a los que tienen acceso de un modo estandarizado.

## 2. Aprovechar la inteligencia colectiva

Este principio se basa en el funcionamiento de nuevas aplicaciones y la evolución de los internautas, que han pasado de ser meros consumidores, a ser creadores y aportar contenidos. El usuario genera y comparte información.

O'Reilly cita a Wikipedia como un claro ejemplo de este principio.

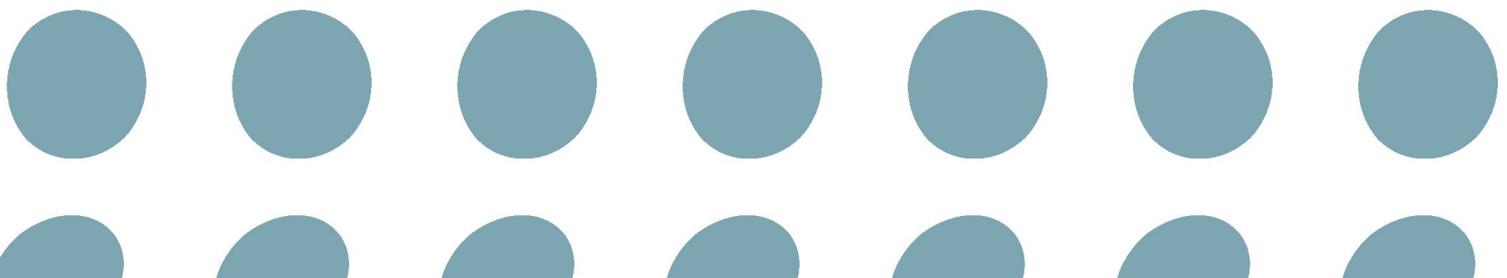
Bajo esta idea, cuando una persona introduce un nuevo enlace, información, comentario, etc. hace que la Red sea más completa y, por tanto, se enriquezca. El verdadero valor, radica en la idea de que el producto mejora con el uso y con el crecimiento continuo de una comunidad que no deja de aportar información. Es lo que se conoce como arquitectura de participación<sup>12</sup>, es decir, la estructura se potencia en tanto en cuanto más personas la utilizan.

## 3. La gestión de la base de datos como competencia básica

En las aplicaciones Web 2.0 lo más valioso son los datos, ya que el software es un recurso abierto o de fácil implementación. En este principio, O'Reilly cita a Amazon<sup>13</sup> como la empresa que tuvo, desde sus comienzos, una política de enriquecimiento de información, en muchos casos generado por los usuarios. Hoy, su base de datos es mucho más potente, ya que es la parte esencial de la riqueza del servicio. Adicionalmente, los comentarios de los propios usuarios agregan valor comercial al producto.

<sup>12</sup> Término acuñado por O'Reilly.

<sup>13</sup> Amazon.com, Inc. Es una compañía estadounidense de comercio electrónico principalmente de libros ([www.amazon.com](http://www.amazon.com)).



#### 4. El fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software

Este principio parte de la idea central del uso del software gratuito disponible en la propia Web, quedando atrás las actualizaciones y renovaciones previo pago. Las nuevas aplicaciones Web 2.0 se desarrollan con el objeto de sustituir a estos productos y ganar clientes dispuestos a producir y subir los datos a nuevas plataformas.

Por otra parte, la cultura de uso y creación del software también comienza a modificarse con estas nuevas estrategias. En las empresas Web 2.0, prevalece el desarrollar prototipos y colocarlos en línea, utilizando el método de ensayo y error para aprender de los mismos usuarios; de esta manera se mejora la herramienta de forma constante, sin costes adicionales para el consumidor y acelerando el proceso de mejoras a la aplicación.

#### 5. Modelos de programación ligera. Búsqueda de la simplicidad

Los modelos de programación ligera ponen énfasis en la reducción de la complejidad, donde menos es más, evitando así las excesivas funciones del software empaquetado. Si nos paramos a pensar... ¿Cuántas herramientas, de todas aquellas que incorpora nuestro paquete de programas ofimáticos, se utilizan normalmente?.

Las aplicaciones 2.0 tratan de sustituir los diseños de la arquitectura de la información, de los metadatos y de las interfaces gráficas, buscando simplicidad y fiabilidad para aplicaciones no centralizadas y escalables. Para ofrecer mayor funcionalidad se acude a aplicaciones web híbridas denominadas mashups que son un punto de conexión entre funciones de diferentes aplicaciones, permitiendo obtener lo mejor de cada aplicación.

Según los principios de O'Reilly, se pretende que las aplicaciones 2.0 crezcan sin complicaciones para el desarrollador y que el usuario pueda ver los contenidos en la plataforma que desee a través de la sindicación, por ejemplo.

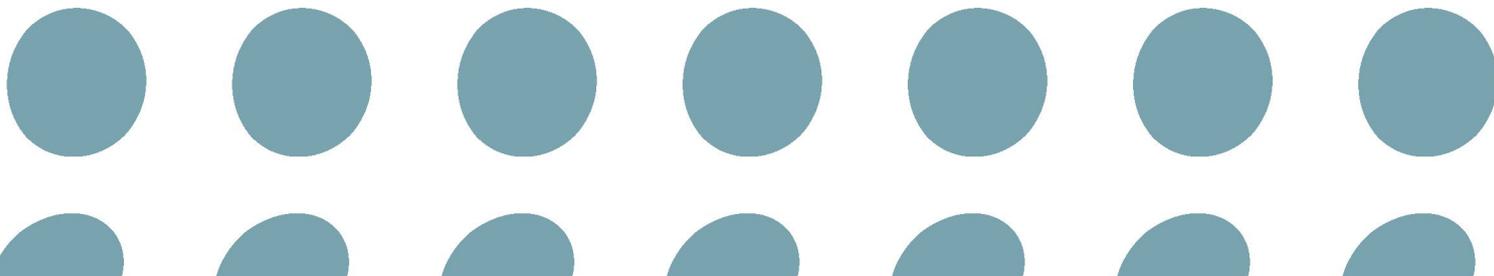
#### 6. El software no limitado a un solo dispositivo

La Web 2.0, sus aplicaciones y contenidos, no son sólo para utilizar en una única plataforma. En la actualidad, con los teléfonos móviles de tercera generación (3G, PDAs, smartphones, etc.), es posible disfrutar y hacer uso de estas aplicaciones, que antes estaban reservadas a los ordenadores personales.

#### 7. Experiencias enriquecedoras del usuario

Con la web 2.0, la usabilidad de los servicios va en aumento. Las interfaces gráficas de usuario son más atractivas y sencillas y cada vez se van asemejando más a las aplicaciones de escritorio, lo que genera además gran comodidad para el usuario.

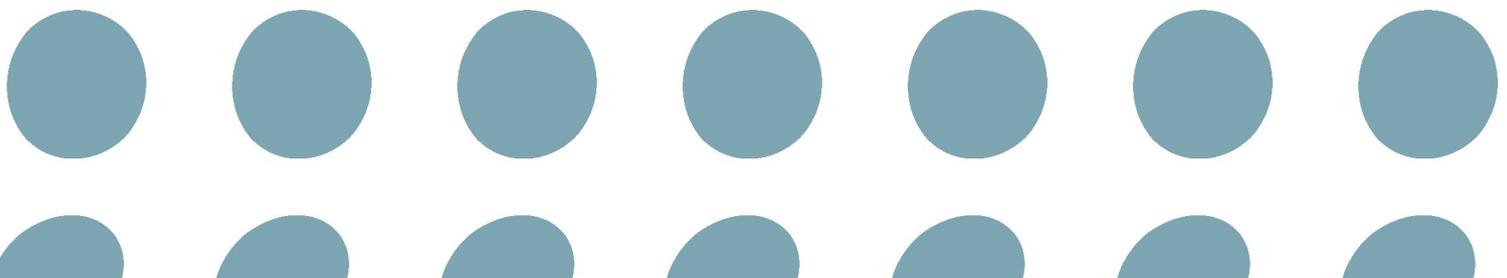
Es de destacar el caso de Second Life como aplicación virtuosa en la experiencia del usuario. Se trata de un mundo virtual creado por los usuarios, que hace recordar a los juegos en red y representa un ejemplo de complejidad a nivel de comunidades en línea.





La web 2.0, sea o no un término de marketing, como apunta el CEO<sup>14</sup> de Google, Eric Schmidt, o un nuevo paradigma, como afirman otros, lo cierto es que está presente y su análisis detallado permitirá posicionarnos a favor o en contra de ella.

14 CEO: Chief Executive Officer. Término anglosajón para designar a la persona con más alta responsabilidad en la organización. En este caso, presidente del comité ejecutivo y director ejecutivo.

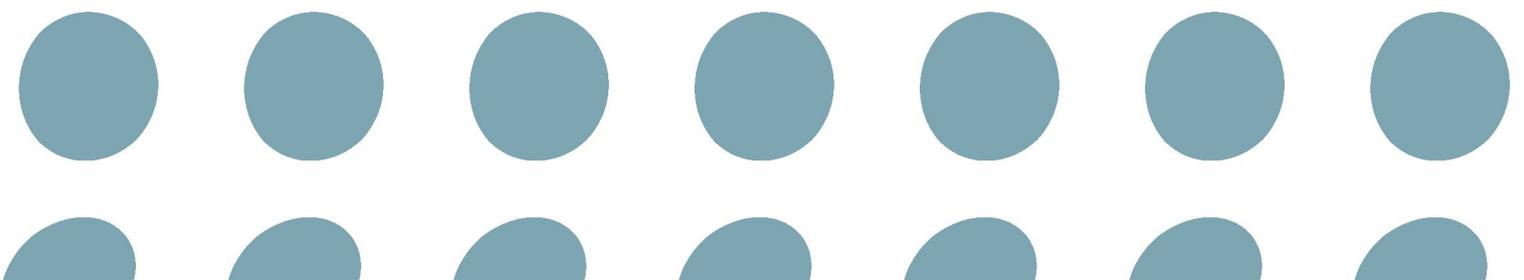
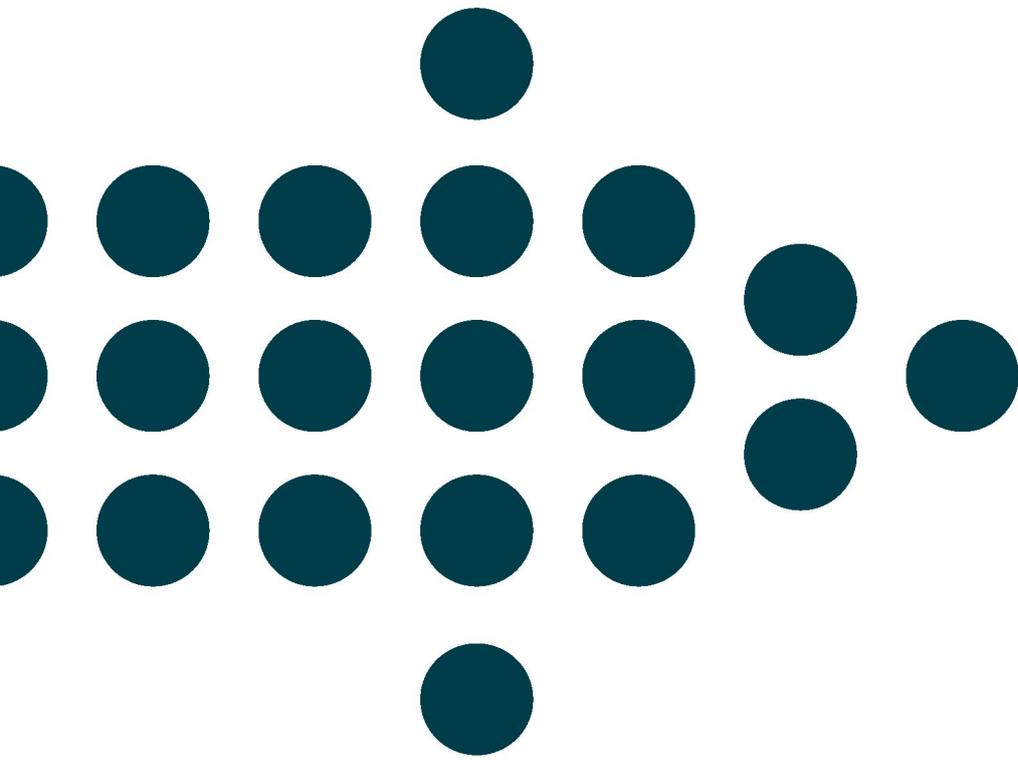




# CASTILLA Y LEÓN 2.0

## 4. SERVICIOS WEB 2.0







## 4. SERVICIOS WEB 2.0

En este apartado, se describen las herramientas Web 2.0 que ofrecen nuevas oportunidades a los internautas para establecer contacto entre ellos y/o generar y distribuir conocimiento, favoreciendo el libre intercambio de información y contenidos, generando así beneficios tanto individuales como colectivos.

### 4.1 FOROS

Los foros son una de las primeras herramientas que favorecieron las discusiones u opiniones en línea durante los años 80 y 90. Actualmente, los foros en Internet existen como un complemento a un sitio Web, evolucionado con la tecnología y filosofía de la Web 2.0. Los nuevos foros ofrecen dinamismo y potencia. Además, se prescinde de administradores definidos y se modera el contenido mediante los mismos usuarios utilizando, por ejemplo, un sistema de votos o valoraciones de información, donde los post más interesantes ocupan los primeros puestos de las listas, dejando a un lado aquellos otros a los que no se le da credibilidad suficiente, se consideran inapropiados o no motivan a sus lectores. Hoy en día, las discusiones se pueden seguir mediante feeds RSS (concepto que se explicará más adelante) y es posible personalizarlos. Un ejemplo de foros 2.0 es Google Groups (<http://groups.google.es>).

### 4.2 SITIOS WEB PERSONALES: BLOGS

El fenómeno de los blogs<sup>15</sup> ha pasado a ser una de las aplicaciones Web 2.0 que más se utilizan en la actualidad, contribuyendo al desarrollo y la integración social de las personas. Como comenta Julio Alonso<sup>16</sup>: "Los blogs dinamizan Internet, fomentan la creación de contenidos y fortalecen las redes sociales".

Un Blog o Bitácora es una página Web (personal, empresarial, periodístico, social...), en la que la información (comentarios) que el usuario publica periódicamente, se ordena de forma cronológica, de tal manera que el texto más actual aparece siempre en primer plano, constituyéndose así un histórico de entradas<sup>17</sup>, que puede ser consultada en cualquier momento por los visitantes.

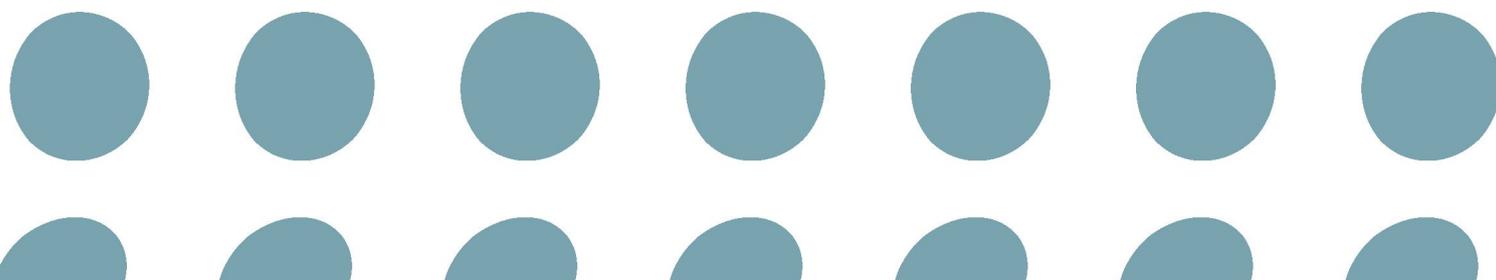
A menudo se les ha comparado con los tradicionales diarios personales, en los que el escritor plasma sus ideas o reflexiones a modo de post<sup>18</sup>. El soporte en este caso no es papel sino formato electrónico y a diferencia de lo que ocurría entonces, la privacidad no se torna como un eje fundamental, todo lo contrario.

15 El término blog es la abreviatura de weblog.

16 Director General de Weblogs SL.

17 Relación de comentarios publicados ordenados cronológicamente.

18 Anotaciones o entradas que se hacen en un blog. Reflexiones, opiniones, críticas, pensamientos o cualquier tipo de información que se quiera ofrecer para que otras personas puedan leerlo y opinar. Son la esencia de las bitácoras.



Son creados como un medio de comunicación de masas, para ser leídos y su valor real depende, en gran medida, de la audiencia que le concedan el resto de internautas, quienes a su vez podrán leer, debatir, rebatir, o defender lo escrito, enriqueciendo de este modo el pensamiento inicial. Este sistema de comentarios a las entradas, es lo que se conoce como “comments” y lo que hace que se produzca la retroalimentación.

El lanzamiento de los blogs ha hecho posible la democratización de la información, dando voz a todo tipo de personas, independientemente de su nivel cultural, social o económico en todo el mundo. Desde organizar tus ideas hasta expresar tus opiniones o compartir contenidos.

Ofrecen además distintas posibilidades, destacando:

- Los **trackbacks**, enlaces inversos que notifican cuándo una de nuestras anotaciones ha sido publicada en otro blog o advierten al responsable de este último, si una de sus entradas ha sido referenciada en alguna bitácora. Aparecen junto a los comentarios, lo que facilita que cualquier lector pueda seguir la historia a través de varios de ellos. Son los responsables de que exista el trabajo colaborativo en red.
- **Blogroll**: colección de enlaces de blogs, normalmente presentado en una columna lateral de la página web. Gracias a este servicio, el autor del blog da a conocer sus preferencias.
- **La sindicación**<sup>19</sup>: permite leer la información procedente de diferentes medios (otros blogs, periódicos, páginas web...).

El fenómeno del blog, la blogosfera, está creciendo a pasos agigantados. El éxito de estos nuevos medios de comunicación radica en su simplicidad (crear uno es muy sencillo, no se requieren conocimientos de publicación HTML y su mantenimiento supone un dedicación mínima que permita actualizarlo), en su estilo de expresión (lejos del formato de las noticias tradicionales redactadas en lenguaje formal, apelando a la reflexión de los lectores y expresando la propia opinión del blogger<sup>20</sup>) y en su credibilidad (los blog consiguen fieles lectores gracias a los vínculos que se establecen entre ellos y los responsables de las bitácoras, además de situarse en muchos casos en puestos privilegiados dentro de los buscadores, con una reputación similar a verdaderas personalidades científicas).

Fiel reflejo de esta popularidad, es el hecho de la aparición de empresas que se dedican a la creación de blogs, con temáticas concretas especializadas como las Nuevas Tecnologías, la economía etc.

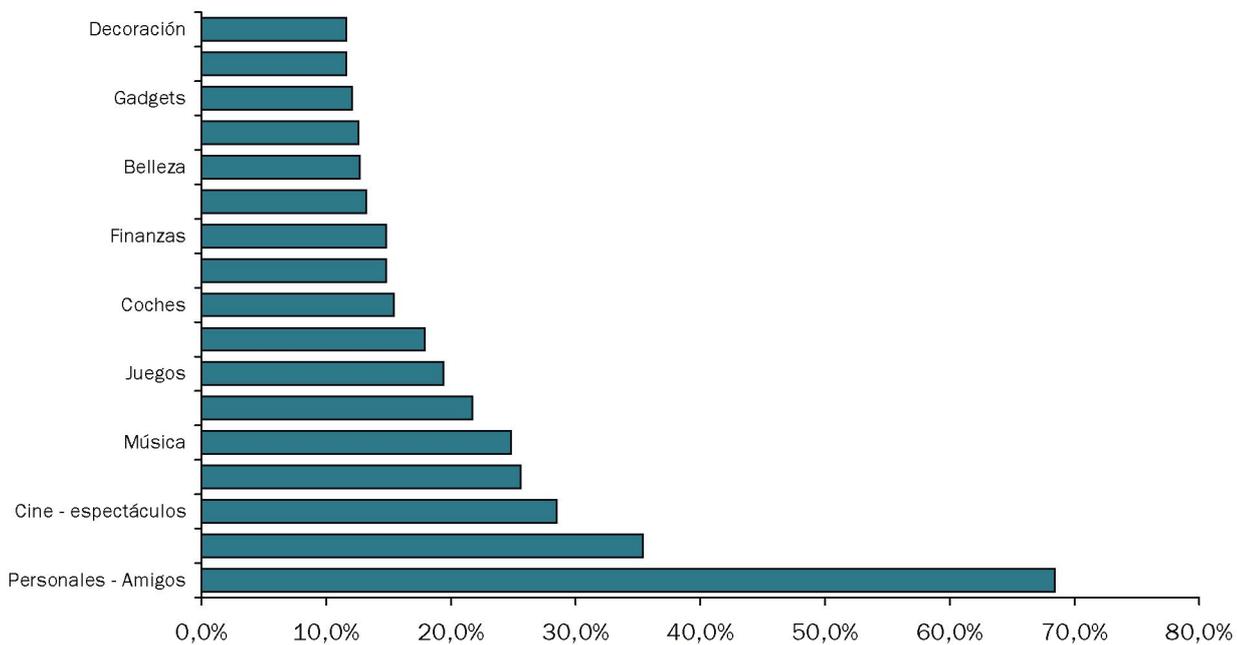
Un ejemplo más de esta corriente, se demuestra en las ediciones on-line de los periódicos, añadiendo un apartado con este tipo de herramientas donde escribe personal especializado, o en su utilización por políticos para fortalecer sus campañas, comentando sus iniciativas con los ciudadanos.

19 La sindicación de contenidos es un concepto que aparece desarrollado en apartado 4.4.

20 Creador del blog o responsable de él, quien decide los permisos de usuario. Tiene los privilegios para publicar o restringir comentarios.

Según Technorati<sup>21</sup>, en la actualidad existen 70 millones de blogs en el mundo, indicador de que este fenómeno es uno de los más trascendentes dentro de la Red. Los contenidos personales y de amigos se sitúan en el primer puesto del ranking con un 68% de la muestra total.

### Temáticas mas leídas en los blogs españoles

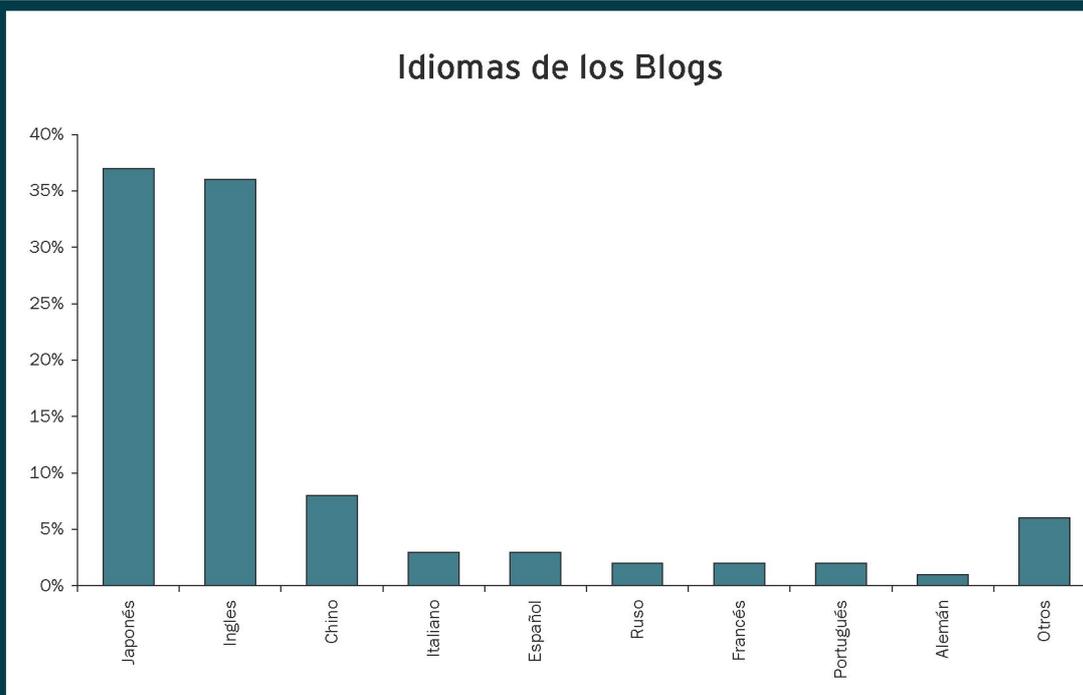


TEMÁTICAS MÁS LEÍDAS EN LOS BLOGS ESPAÑOL  
Fuente: Zed Digital

Actualmente se están sumando nuevos servicios a los hasta ahora existentes, que nos hacen vislumbrar un futuro prometedor en lo que a esta herramienta se refiere. Así, aparecen los fotoblogs, de contenido fotográfico, moblogs que ofrecen la posibilidad de publicar desde dispositivos móviles (teléfono, PDA), y videoblogs, basados en vídeos.

21 Technorati es un motor de búsqueda de blogs en Internet ([www.technorati.com](http://www.technorati.com)).

Cabe destacar que el principal idioma en los blogs es el japonés, como puede apreciarse en el siguiente gráfico:



CONCURRENCIA DE BLOGS DISTRIBUIDOS SEGÚN EL IDIOMA EN EL QUE SE ESCRIBEN  
Fuente: : Technorati 2006

La blogosfera en español, representa un 3% del total de los blogs, pero según Julio Alonso: "lo que cuenta es que las personas que utilizan los blogs tengan algo interesante que decir". Julio Alonso afirma que: "En la actualidad, los blogs se consolidan como uno de los medios de información más consumidos en la Red". Technorati certifica que, existen más de veinte de estos medios sociales entre los cien medios electrónicos más leídos.

En un reciente estudio<sup>22</sup> publicado, se distinguían tres perfiles en la blogosfera de España, los internautas que leen blogs (42,7%), los que leen y comentan blogs (30,6%) y los que tienen algún blog (26,7%).

<sup>22</sup> Estudio sobre uso, interés, conocimiento y percepción de la blogosfera española. José Manuel Redondo, 2007.

Según este mismo estudio, el tiempo como blogger en España va, desde menos de 6 meses a más de 5 años como se muestra en la siguiente tabla:

TIEMPO COMO BLOGUER	
Menos de 6 meses	20,1 %
Entre 6 meses y un año	23,8 %
De 1 a 2 años	33,9 %
De 2 a 3 años	12,9 %
De 3 a 4 años	6,0 %
De 4 a 5 años	1,6 %
Más de 5 años	1,6 %

TABLA QUE MUESTRA TEMPORALMENTE LA ACTIVIDAD DE LOS "BLOGGERS" EN ESPAÑA  
Fuente: Zed Digital.

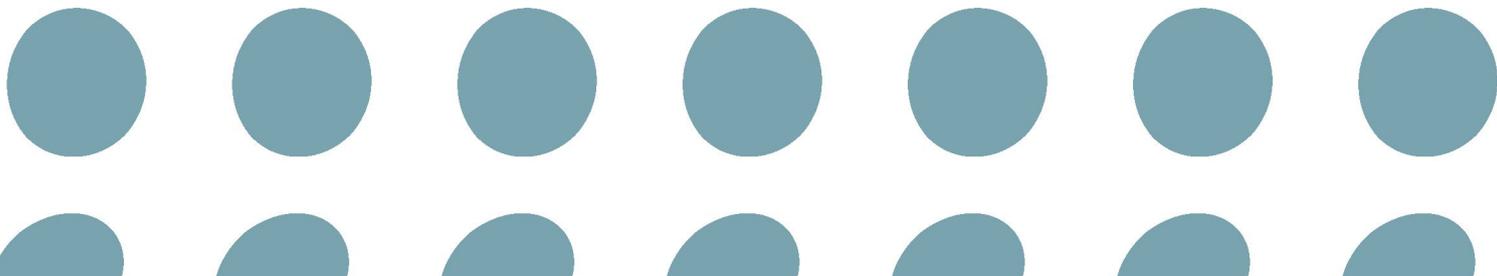
El caso de la creación y edición de blogs es diferente. El 40% de los lectores de blogs en España declaran haber creado uno propio.

### Sistemas de creación y alojamiento de blogs

Tal y como se expuso anteriormente, gran parte del éxito de este fenómeno social radica en su facilidad de creación y uso. La oferta de alojamientos gratuitos es inmensa. Como ejemplos se pueden mencionar:

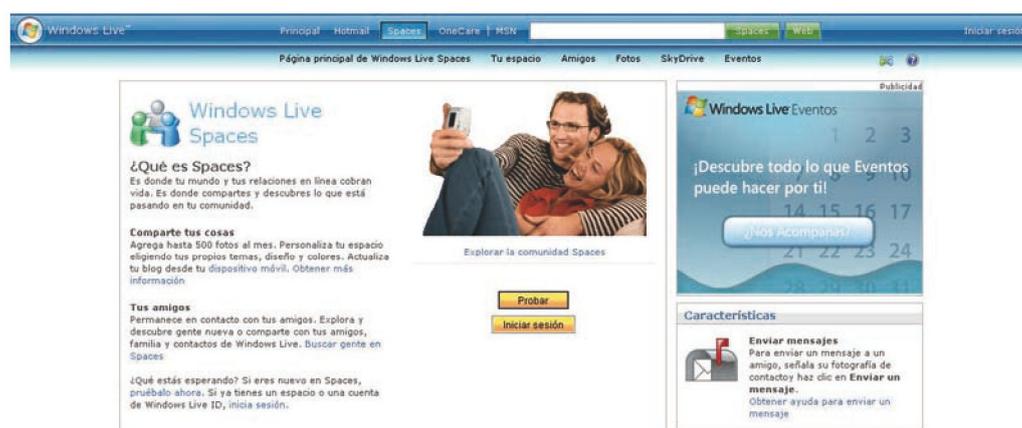
- **Blogger ([www.blogger.com](http://www.blogger.com))** es una de las primeras empresas líderes en el sector y actualmente continúa siendo una de las más utilizadas. Se trata de un sitio web para la creación y gestión de blogs que se inició en 1999. Su interfaz es sencilla, hace posible la personalización y diseño de la bitácora, cuenta con controles de acceso que restringen la lectura y escritura en el blog, permite buscar personas y blogs que compartan intereses, y como novedad, se pueden enviar fotografías y texto directamente desde el teléfono móvil<sup>23</sup>.

<sup>23</sup> El servicio se denomina Blogger móvil.

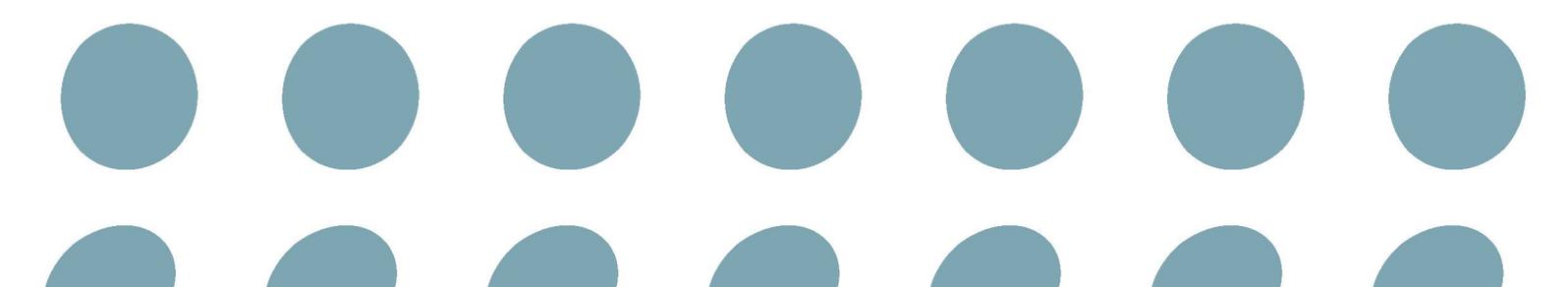




PÁGINA PRINCIPAL DE BLOGGER  
Fuente: www.blogger.com



PÁGINA PRINCIPAL DE WINDOWS LIVE SPACES  
Fuente: www.spaces.live.com



- **Windows Live Spaces ([www.spaces.live.com](http://www.spaces.live.com))** es la plataforma de Microsoft, que además de constituirse como una red social (con todos los servicios que puede llevar asociados y que luego veremos), ofrece un espacio para la creación de blogs.
- **MySpace (<http://blog.myspace.com/>)**. Igual que ocurre en el caso anterior, MySpace, más conocido como una red social, brinda la posibilidad de diseñar nuestra propia bitácora.



ES.MySpace.com Ayuda | Registrarse

Podrás hablar con tus amigos en MySpace gratis

Habla gratis con tus amigos de MySpace!

myspaceim con skype

Buscar powered by Google

Inicio | Explorar | Buscar | Invitar | Correo | Blogs | Foros | Grupos | Eventos | Colegios | MySpaceTV | Música | Aplicaciones

### Publicaciones de blog más populares - Actualizadas diariamente

Número total de blogs: 191,643,146  
Blog de hoy: 552,341

Buscar blogs

Buscar

#### Mis controles

- Página de inicio de blog
- Mis suscripciones
- Mis lectores
- Mi lista de preferidos

#### Popularidad

- Música
- Libros
- DVD/Video
- Juegos

#### Categorías de blog

#### Arte y fotografía

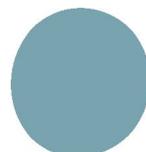
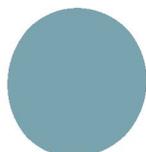
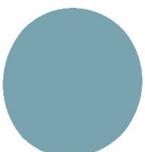
>> 1-10 de 128    1 2 3 4 5 >> de 13    [Siguiente >](#)

- 

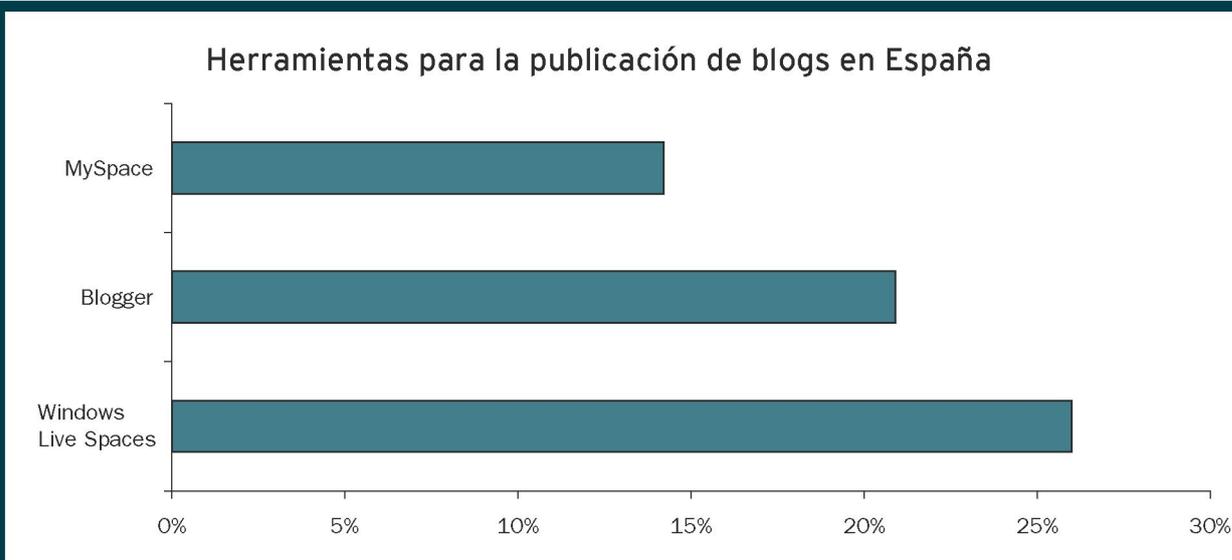
**En el Día Internacional de los Museos**  
17 may 2008 05:42  
Publicado por Capitán Swing
- 

**Museos**  
15 may 2008 13:41  
Publicado por Capitán Swing

IMAGEN DEL PORTAL MYSPACE  
Fuente: <http://blog.myspace.com/>



Las plataformas de publicación de blogs y sitios Web de interacción social más utilizados se pueden ver en el siguiente gráfico:



HERRAMIENTAS PARA LA PUBLICACIÓN DE BLOGS EN ESPAÑA

Fuente: Zed Digital

### 4.3 WIKIS

Aunque a primera vista pueda resultar inapropiado, qué mejor manera que buscar la definición de una wiki en una enciclopedia que se basa en esa misma filosofía, la Wikipedia. Según su definición, **un wiki** (o una wiki) es un sitio web que puede ser editado por varios usuarios. Así, éstos pueden crear, modificar, borrar el contenido de una página, de forma interactiva, fácil y rápida, lo que hace de esta herramienta una plataforma efectiva para la escritura colaborativa.

Cuando alguien edita una wiki, sus modificaciones aparecen inmediatamente en la web sin previa revisión, conservando siempre un historial de cambios por si fuese necesaria la recuperación de la versión anterior.

Su principal utilidad es que permite mejorar las páginas de forma instantánea. Este hecho, unido a su sencillez, hace que el número de colaboraciones aumente cada día, construyendo de forma conjunta, el conocimiento.

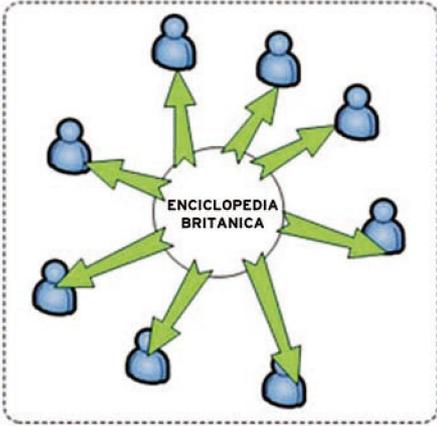
Javier de la Cueva<sup>24</sup> afirma que la Wiki es "Un gigantesco tablón de anuncios donde cualquiera puede poner sus notas, borrar o modificar las de otros o crear enlaces".

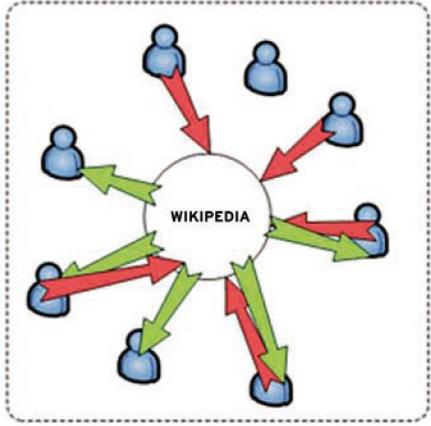
<sup>24</sup> Promotor de la Enciclopedia Libre Universal (Wikipedia), junto con Juan Antonio Ruiz.

Juan Antonio Ruiz, por su parte, lo define como "sitios web escritos en colaboración por un grupo de usuarios, que tratan sobre un mismo tema. Cualquiera que llega a un Wiki puede participar de inmediato y sus aportaciones son comentadas, ampliadas o corregidas por el resto". En su opinión, es la primera herramienta verdaderamente útil en la gestión del conocimiento en red.

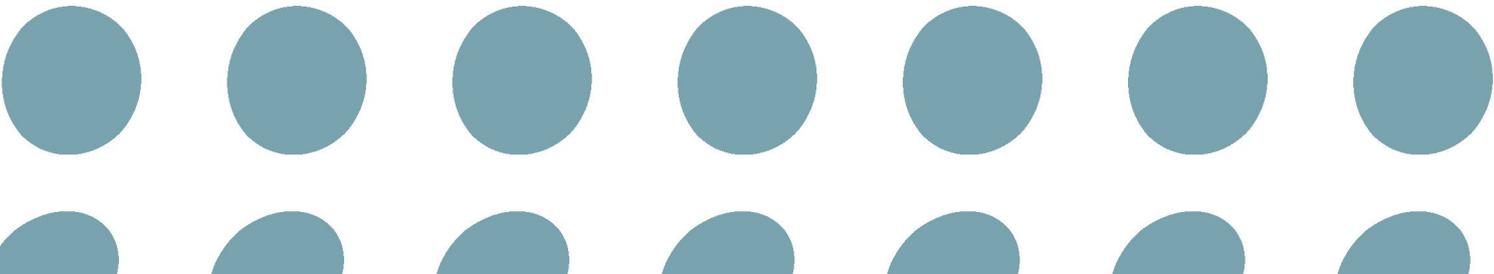
¿Quién no ha oído hablar de la famosa Wikipedia? Quizá, en su momento, su creador fuese tachado de utópico al proponer un modelo de enciclopedia libre universal, cuyos contenidos fuesen aportados, he aquí lo importante, sin obtener contraprestación económica a cambio (de forma voluntaria), por multitud de internautas. Quién sabe qué motivaciones llevarán a cada cual a escribir, lo cierto es que hoy, se trata de un recurso plenamente asentado en la comunidad, un medio de consulta considerado fiable por la mayoría, que recibe diariamente miles de visitas y entradas. Atrás quedó la Británica On-line en la que la participación era inexistente. Sus actualizaciones dependían del administrador del sitio y no existía el proceso de co-autoría.





COMPARATIVA BRITÁNICA ONLINE VS WIKIPEDIA  
 Fuente: <http://observatorio.cnice.mec.es/>



Wikipedia es uno de los productos más representativos de los valores de la Web 2.0, donde se crean contenidos en un sentido igualitario. Sin embargo, el problema de esta arquitectura, es que los escritores amateur y profesionales están en el mismo nivel, que no existen filtros en la entrada de información y que la aplicación permite al usuario publicar y luego la comunidad determina su relevancia.



PÁGINA PRINCIPAL DE WIKIPEDIA EN ESPAÑOL  
Fuente: <http://es.wikipedia.org>

Las Wikis son consideradas como uno de los pilares en la Web 2.0. Según Tim O'Reilly: "la Wikipedia es una de las aplicaciones que más engloban la filosofía de Web 2.0"; de hecho, es considerada como proyecto de referencia. En cifras, cuenta con más de 6 millones de artículos en 10 idiomas diferentes.

Según los datos de Pew American Internet Life Project<sup>25</sup>, el 36% de los internautas en EEUU consultan esta enciclopedia. Además, se destaca que el 4,59% de los visitantes, colaboran con alguna edición de contenidos. Dicha cifra, aunque no es alta, supera a la de otros servicios destacados, como Flickr (fotografía) o YouTube (vídeo).

Wikiquote<sup>26</sup>, wikilibros<sup>27</sup> o wikcionario<sup>28</sup> son otros ejemplos de lo que se ha conseguido con el trabajo conjunto de miles de internautas.

<sup>25</sup> Rainie, 2007.

<sup>26</sup> Colección de citas.

<sup>27</sup> Colección de libros de texto y manuales.

<sup>28</sup> Diccionario libre multilingüe.

#### 4.4 SINDICACIÓN DE CONTENIDOS

La sindicación de contenidos<sup>29</sup> se ha convertido en un medio destacado para redifundir y absorber información.

La **sindicación** permite la suscripción a contenidos breves y actualizados de fuentes de información (feeds), haciendo posible que se comparta y use en otras páginas web o programas. Es la manera que tienen algunos portales de Internet de propagar sus contenidos automáticamente a los usuarios habituales de sus sitios web.

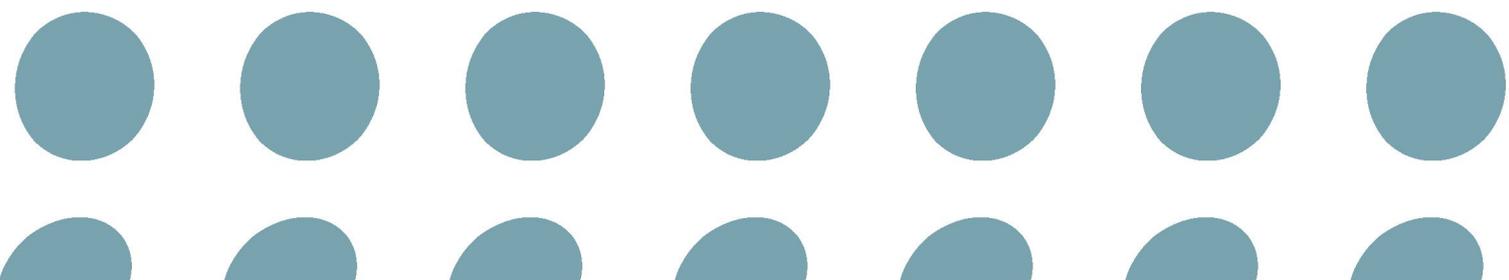
Para hacer posible este servicio, son necesarios los **agregadores**, es decir, pequeños programas instalados en el ordenador cliente o bien accesibles vía web (algunos navegadores lo tienen integrado como el caso de Mozilla Firefox o la versión 7 de Internet Explorer) que son capaces de recibir e interpretar las fuentes de información, previamente seleccionadas por el usuario, en función de su interés (es él quien decide a qué contenidos suscribirse). La sindicación de contenidos también es posible en dispositivos móviles de última generación (PDA).

Para reconocer si un portal ofrece este tipo de servicios, basta con buscar un icono similar al que se muestra en el centro de la imagen siguiente.



PÁGINA WEB DEL OBSERVATORIO REGIONAL DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN  
Fuente: www.orsi.es

29 También conocido como distribución masiva de contenidos.



Las tecnologías más conocidas para syndicar son **RSS y Atom**. En muchos casos la popularidad del primero, ha hecho que ambos términos (sindicación y RSS) se solapen y se utilicen indistintamente con el mismo significado.

Un ejemplo claro lo encontramos en los periódicos en línea, que brindan la posibilidad de suscribirte de manera rápida a los titulares de las principales noticias sin tener que visitar la página, ofreciendo en ese mismo resumen, la posibilidad de ampliar la información con un enlace a la noticia completa.

El **ORSI<sup>30</sup> (www.orsi.es)** de la Junta de Castilla y León sigue una línea similar. Si contamos con una página Web personal, podemos ver las noticias relativas a Sociedad Digital del Conocimiento que en el Observatorio se publican. La "sindicación" es un paso más en la actualización de contenidos, un acceso a la información sin la navegación.



EJEMPLO DE SINDICACIÓN A TRAVÉS DE INTERNET EXPLORER  
Fuente :www.orsi.es

30 Observatorio Regional de la Sociedad de la Información de Castilla y León.

Noticias del ORSI



Mostrando 20 / 20

Todos 20

Ordenar por:

- Fecha
- Título

Ver propiedades de la fuente...

Nuevo Estudio sobre Cibercentros

viernes, 11 de abril de 2008, 2:00:00 →

Ya está disponible en la web del Observatorio un nuevo estudio sobre Cibercentros y su influencia en el desarrollo socioeconómico local.

La convocatoria de ayudas para empresas jóvenes innovadoras de la Agencia de Inversiones y Servicios de Castilla y León ya está abierta

viernes, 03 de abril de 2008, 2:00:00 →

El 30 de diciembre de 2008 finaliza el plazo de presentación de solicitud para la convocatoria del Plan ADElanta.

Nueva convocatoria del Programa Conéctate

martes, 01 de abril de 2008, 2:00:00 →

Ayudas para subvencionar la contratación del acceso a Internet con Banda Ancha en las viviendas de la Comunidad Autónoma.

El Ciber móvil acerca las nuevas tecnologías a los castellanos y leoneses

lunes, 31 de marzo de 2008, 2:00:00 →

Este aula itinerante ofrecerá actividades formativas en todas las provincias de la región.

La última edición del Boletín ORSI ya está disponible en la Web

lunes, 31 de marzo de 2008, 2:00:00 →

El Observatorio Regional de la Sociedad de la Información acaba de publicar su último boletín ORSI.

NOTICIAS DEL ORSI

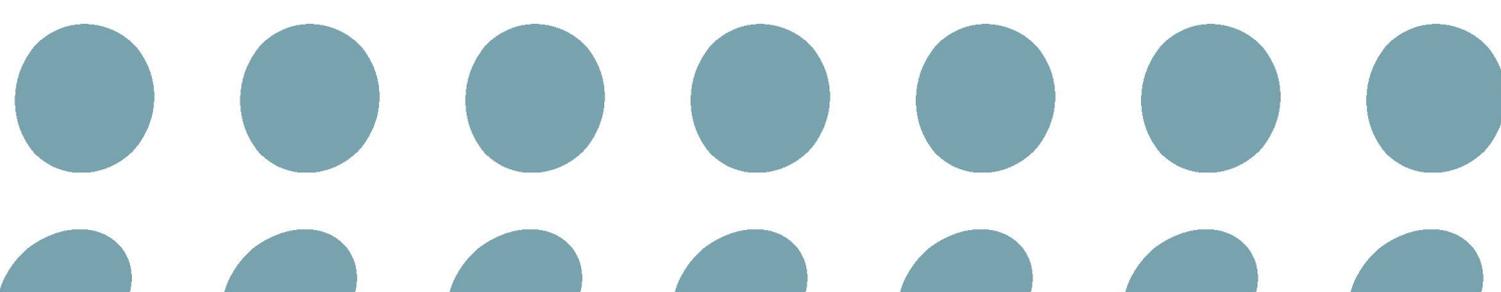
Fuente: Elaboración propia

En aquellos casos donde el portal no ofrezca la posibilidad de sindicación de contenidos, podemos utilizar aplicaciones web gratuitas del tipo **FEED43**. Gracias a ella, se puede obtener el código necesario para que mi lector RSS pueda leer el contenido de las noticias que se publican en la página web que considero interesante. Para poder hacerlo, se requieren unos conocimientos mínimos de html.

De lo comentado hasta ahora se deducen una serie de ventajas. Además de de estar al corriente de las principales noticias u otro tipo de contenidos (como pueden ser entradas de blog) que despiertan nuestro interés, ahorra tiempo. Imagínese cuantos minutos al día dedicaría a chequear distintos portales en busca de datos relevantes. El filtrado correspondiente podría llegar a ser una tarea ardua, convirtiéndose unos minutos diarios en largas horas de trabajo.

Pero esto no acaba aquí. Los beneficios redundan también en las propias empresas, constituyéndose como un mecanismo eficaz para atraer al público y fidelizarlo, además de potenciar la imagen de marca. A través de RSS, las empresas pueden hacer negocio ofreciendo servicios de información avanzada, alimentando sus sistemas con información externa de varias fuentes.

Esta filosofía de ofrecer servicios de información a partir de fuentes externas, es la que sigue la Junta de Castilla y León para los servicios informativos de movilidad del Camino de Santiago. La Junta de Castilla y León, a través del Proyecto Peregrino@lerta ([www.peregrinoalerta.jcyl.es](http://www.peregrinoalerta.jcyl.es)) ofrece, entre otros servicios gratuitos de movilidad, la posibilidad de que los peregrinos se suscriban al boletín de noticias del Camino de Santiago a su paso por Castilla y León, recibiendo las últimas novedades a través de un mensaje SMS directamente en su teléfono móvil. Gran parte del contenido que se envía en los mensajes SMS se alimenta de la información externa publicada en el portal iultreia ([www.iultreia.net](http://www.iultreia.net)).



Otra forma de sindicación de contenidos es el **podcasting**, sindicación de archivos de audio (audiocast) y vídeo (videocast) que permite suscribirse y descargarlos de forma automática y periódica para que el usuario lo escuche y/o visualice donde quiera o cuando quiera.

Actualmente esta tecnología goza de una amplia difusión en ámbitos como radiodifusión, donde esta opción posibilita elaborar la programación a la carta (aunque no es posible la emisión en tiempo real) o la educación, ya que se trata de un método sencillo para el que no es necesario contar con demasiados recursos, basta con tener un micrófono conectado al ordenador.

Se pueden escuchar o ver desde la página Web en la que han sido colocados (blogs como Wordpress<sup>31</sup> y otros, permiten podcasting con el uso de herramientas gratuitas, como wortube), descargar los archivos de sonido y vídeo, o usar programas especiales que leen archivos de índices, descargan la música automáticamente y la transfieren a un reproductor mp3. También se puede optar por escucharlo en el ordenador e incluso copiarlo en CDs de audio a partir de los archivos mp3 u ogg, dependiendo del formato original.

Una ventaja del podcast es la posibilidad de escuchar en lugares sin cobertura.

#### 4.5 SITIOS PARA COMPARTIR DOCUMENTOS Y MULTIMEDIA

Un vídeo que nunca llega, unas fotos demasiado pesadas, un error en el correo que nos avisa sobre el exceso de carga en nuestro email. Miles de Megabytes<sup>32</sup> perfectamente soportados en la memoria de nuestro PC, que se convierten en un verdadero problema si lo que queremos es compartirlos en la Red.

Internet se ha convertido en un medio eficiente y rápido que permite el intercambio de información. De aquí que los usuarios demanden cada vez, servicios más potentes que solucionen los problemas de transferencia de archivos. Para evitarlos, se precisan canales y métodos especiales que consigan mover grandes cantidades de información a la vez que el internauta simultáneamente pueda seguir trabajando.

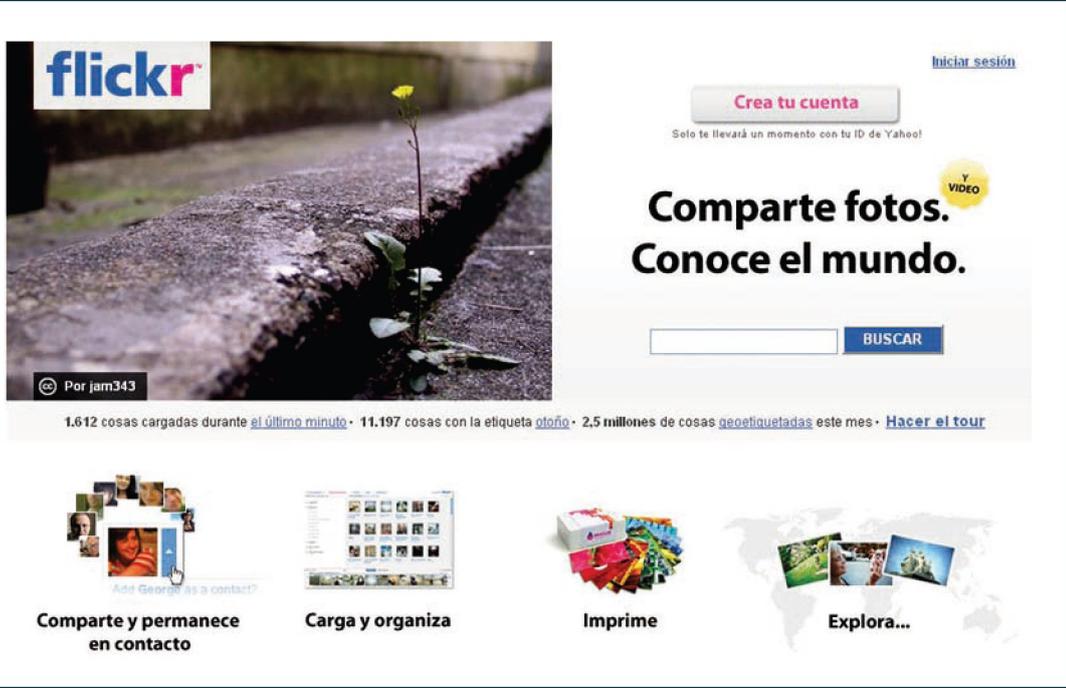
Un ejemplo es la tecnología **P2P**<sup>33</sup> que a pesar de no ser considerada en muchos casos como aplicación web 2.0, sí que mantiene su esencia. Son redes que conectan distintos equipos en Internet de forma recíproca. Cada ordenador funciona a la vez de cliente y servidor. Su filosofía se basa en compartir: cuanto más contenido se comparta, más privilegios se obtienen. Todos los que descargan un fichero se les obliga a compartirlo con otros. Es el caso del conocido Emule o BitTorrent.

Pero no es el único modo de intercambiar información. Los nuevos servicios para compartir "fotos" y "vídeos" han alcanzado rápidamente una gran popularidad. Flickr y YouTube, desde su fundación en 2004 y 2005 respectivamente, se han convertido en iconos de la Web 2.0. Una de sus claves de éxito es la posibilidad de catalogar su contenido mediante **etiquetas (tags)** lo que facilita la búsqueda y exploración del material. Este tipo de recursos es muy utilizado por bloggers como complemento a sus sitios web.

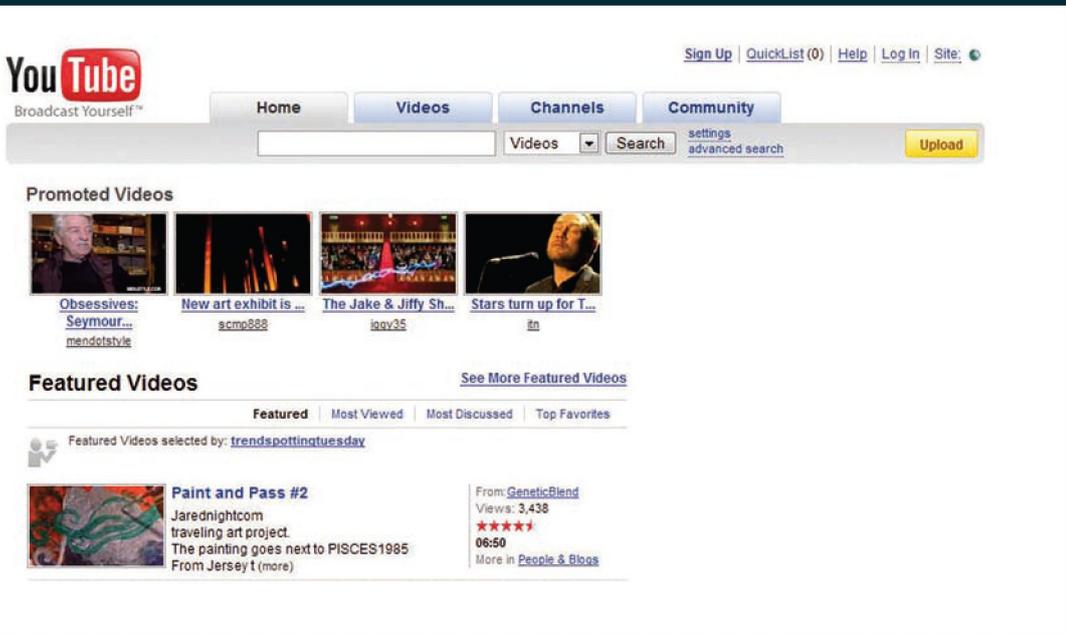
31 [www.es.wordpress.com](http://www.es.wordpress.com).

32 Megabyte (MB) es una unidad de medida de cantidad de datos informáticos.

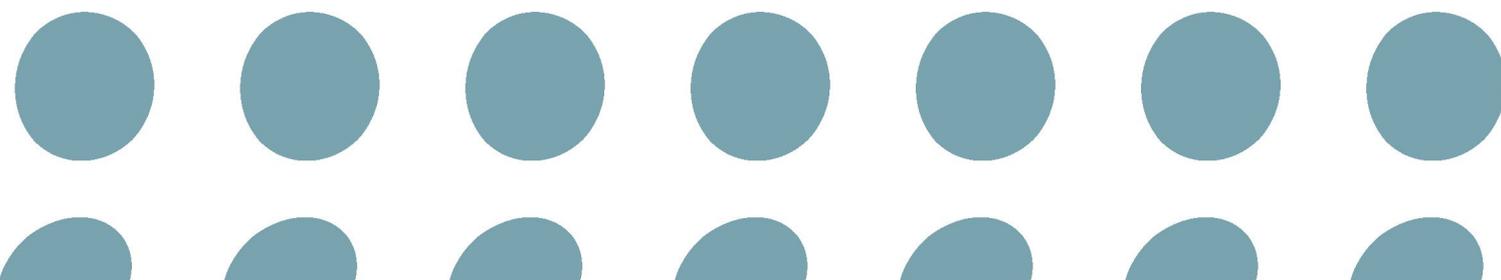
33 Peer to Peer (de igual a igual).



PÁGINA PRINCIPAL DE FLICKR  
Fuente: www.flickr.com



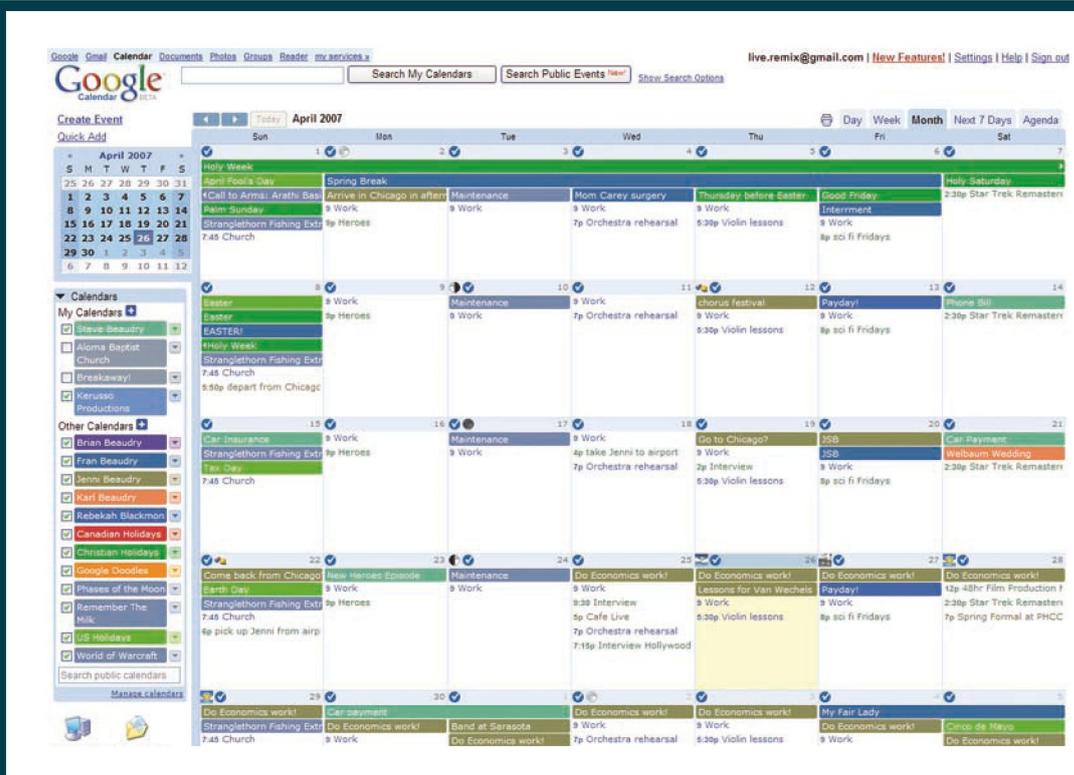
PÁGINA PRINCIPAL DE YOUTUBE  
Fuente: www.youtube.com



Si lo que queremos es compartir documentos, nuestro sitio es Scribd (<http://www.scribd.com/>) que se define así mismo como el *YouTube de los documentos*. No es necesario crear un cuenta para poder “subirlos” (la aplicación admite la mayoría de los formatos), pero sí para modificarlos. A partir de este momento, pueden ser vistos por el público en general, quienes podrán hacer comentarios al respecto, votarlos o añadirlos a favoritos. De igual modo, se mantiene el servicio de etiquetado para que la búsqueda sea menos costosa. Por su parte Writeboard (<http://www.writeboard.com/>) comparte documentos de texto web, facilitando la gestión de versiones, la comparación de cambios y el trabajo colaborativo.

El intercambio y visualización de presentaciones con diapositivas es posible en Slideshare (<http://www.slideshare.net/>). Formatos como ppt, pps u odp son admitidos.

Por otro lado, cabe destacar lo que se conoce como **Webtop**: aplicaciones que tradicionalmente han sido consideradas de escritorio (por ej. procesadores de texto, hojas de cálculo, calendario) a las que se puede acceder a través de la red. Estas páginas, ofrecen similares funcionalidades, pero en este caso virtuales, como el alojamiento de documentos ofimáticos y su visualización. Ejemplos de éstas, pueden ser *Google docs*, con el que se pueden crear vía web documentos, guardar ficheros, convertirlos y descargarlos en varios formatos o publicarlos y como no, compartirlos para que puedan ser editados de manera colaborativa, o *Calendar* aplicación de agenda, calendario y administrador de convocatorias a reuniones de Google con notificación vía mail y/o SMS.



CALENDARIO DE GOOGLE  
Fuente: [www.google.com/calendar](http://www.google.com/calendar)

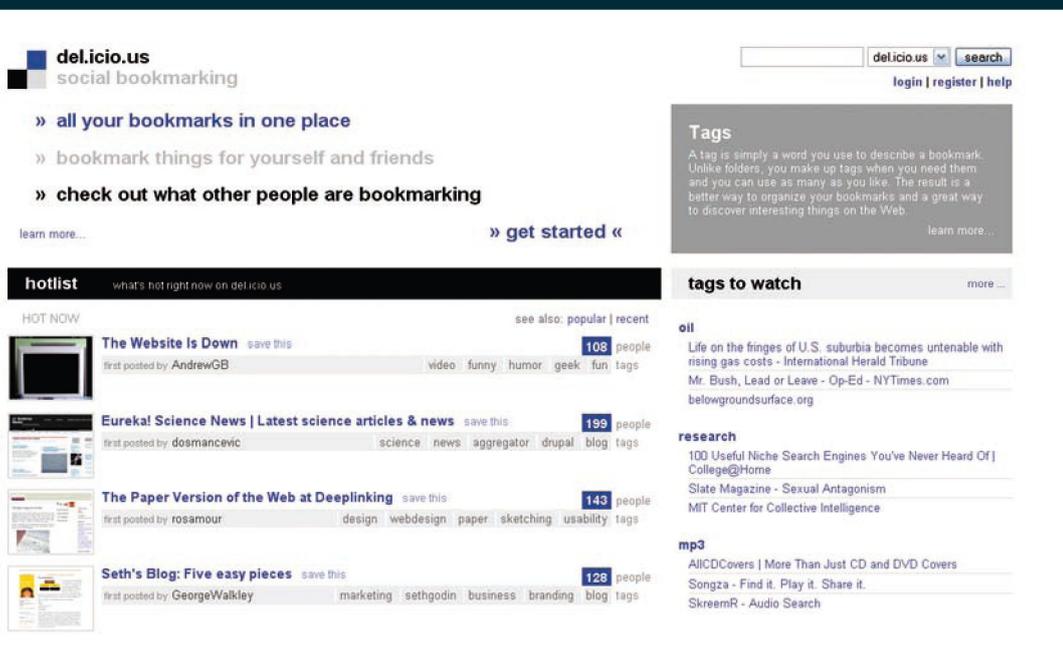
Las páginas que se enuncian aquí son sólo una pequeña muestra de la gran oferta que existe en la Red, el lector puede en todo caso, “pasear” por ella e identificar las aplicaciones que más se ajusten a sus necesidades.

#### 4.6 MARCADORES SOCIALES Y “FOLCLSONOMÍAS”

Para gustos están los colores. La información que Internet ofrece es desbordante y el usuario en muchos casos, realiza su propio proceso de filtrado en función de distintas preferencias (credibilidad de la fuente, portal más o menos atractivo, actualización de contenidos...). Almacenar sitios web como favoritos no es algo reciente, pero sí lo es el hecho de poder hacerlo en línea, de compartílos o de definirlos en función de un sistema de etiquetado. Vayamos por partes.

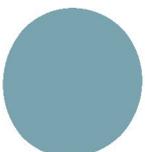
¿Qué entendemos por **marcador social**? Son páginas web que nos permiten salvar los enlaces que consideremos interesantes mientras navegamos. A simple vista, ya podemos encontrar en esta definición una ventaja clara: No es necesario contar con tu PC habitual para que estén disponibles (hasta ahora si no trabajabas con tu equipo, no tenías acceso a esa lista). Pero además existe la opción de clasificarlos mediante palabras clave o **tags**<sup>34</sup> que describen su contenido y facilitan su organización.

Delicious (<http://del.icio.us>) sea quizá el ejemplo más conocido.



PÁGINA PRINCIPAL DE DEL.ICIO.US  
Fuente: <http://del.icio.us>

34 Tags: término anglosajón que se traduce como etiquetas.



Este servicio de gestión de marcadores sociales permite agregar los marcadores y categorizarlos con un sistema de etiquetado libre (no siguen ninguna regla, está en función del criterio de cada persona) denominado **folcsonomías**, a la vez que posibilita compartirlos con otros usuarios.

Su funcionalidad radica en el hecho de poder hacerlo vía web (a través de una página) y su utilidad queda de sobra justificada cuando los miembros de la comunidad clasifican de modo diferente un mismo elemento o, por el contrario, generan etiquetas similares a distintos elementos, estableciéndose relaciones de semejanza, permitiendo al lector localizar la información sin ningún tipo de dificultad.

Ha de dejarse claro que la folcsonomía no sólo es válida para marcadores sociales, sino que tiene cabida en distintos contenidos, como pueden ser entradas de blog, noticias o artículos, por poner varios ejemplos. Se trata nada más y nada menos que de un sistema de clasificación colaborativo que facilita la búsqueda de resultados.

Piense en uno de los cientos de blogs que se hallan colgados en la red. Ahora hágalo en un post concreto donde se mencione la Universidad de Salamanca. ¿Cómo lo etiquetaría? Tal vez le resulte sorprendente que lo que considera obvio (marcarlo como “Universidad de Salamanca”) no lo sea para todos, referenciándolo otros usuarios como la ciudad de la cultura, mencionando la Comunidad en la que se halla o por qué no, la famosa frase acuñada por Fray Luis de León (*como decíamos ayer*).

En resumen, las folcsonomías surgen cuando varias personas colaboran en la descripción de un mismo material. Este sistema ha revolucionado las formas de localizar información.

## 4.7 MASHUPS

Un **Mashup**<sup>35</sup> es un sitio o una aplicación web que utiliza recursos de más de una fuente on-line para crear un nuevo servicio, o lo que es lo mismo, combinan datos y funcionalidad de distintas fuentes detrás de una única interfaz (lo que el usuario realmente ve). *Sería algo así como cocinar, simplemente tienes que coger los diferentes ingredientes (servicios) que tienes a tu disposición y combinarlos de manera apropiada para crear un plato delicioso (un mashup)*<sup>36</sup>.

Aunque este tipo de aplicaciones en principio estuvieron destinadas a los desarrolladores web, por requerir conocimientos técnicos, actualmente existen programas sencillos que permiten que cualquiera combine datos y diseñe mashups personalizados que respondan a sus necesidades (una muestra la encontramos en la aplicación web “Yahoo! Pipes”, <http://pipes.yahoo.com>).

Quizá el ejemplo más claro se pueda ver con Google Maps, donde miles de internautas están diseñando nuevos servicios a partir de éste (Google Maps + fotografías, Google Maps + Catastro + Sigpac...).

<sup>35</sup> Puede encontrarse con el nombre de “Web híbrida”.

<sup>36</sup> Piñero, 2007.

Con la web 2.0 todo se ha simplificado, ya no se trata de un proceso complicado, los propios usuarios son tratados como co-desarrolladores.

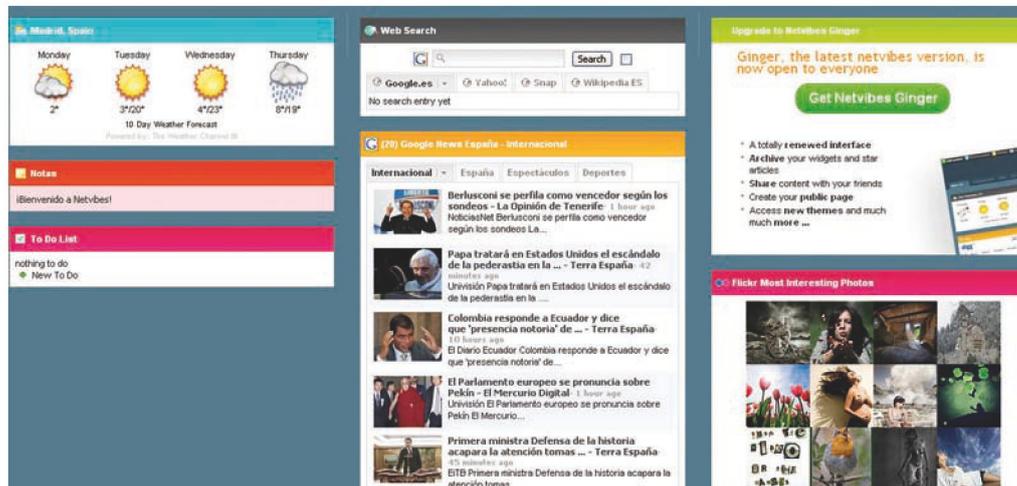
El futuro está marcado por servicios con mayores prestaciones, fruto de la “mezcla” de las existentes, elaborados a partir del trabajo colaborativo de las distintas personas.

Una inmobiliaria podrá, de este modo, geolocalizar sus pisos en venta en un mapa, incluyendo además fotografías de todos ellos o cualquier otro tipo de datos. Un claro ejemplo aplicable a la realidad de las carreteras españolas es el mapa de tráfico que ha sacado la DGT donde se puede consultar el estado del tráfico y las vías de circulación en tiempo real (<http://infocar.dgt.es/etraffic/>).



MASHUP DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE TRÁFICO  
Fuente: <http://infocar.dgt.es>

Pero, según las estadísticas del principal centro de creadores de mashups, Programmable Web, ahora sólo una tercera parte se basa en mapas. El resto mezcla otras cosas, como motores de búsqueda, tiendas, deportes, vídeos y música ([www.netvibes.com](http://www.netvibes.com)).



PÁGINA PRINCIPAL DE NETVIBES.COM  
Fuente: www.netvibes.com

## 4.8 WIDGETS

Con este término nos estamos refiriendo a pequeñas o mini aplicaciones que pueden funcionar desde el escritorio o desde el propio navegador<sup>37</sup>.



WIDGETS RAE  
Fuente: http://www.google.es/ig

37 El término widgets puede encontrarse también como gadgets.

Gracias a ellos podemos consultar la predicción meteorológica desde nuestro PC sin tener que acudir a la página de Yahoo o comprobar el significado de determinada palabra en el diccionario de la RAE sin necesidad de ir a su portal corporativo.

La barra lateral de Windows Vista sería un ejemplo de ello. Otros podemos encontrarlos en iGoogle, la nueva página personalizable de Google o cómo no, en una wiki, Wikipidia, que aspira a constituirse como el mayor repositorio de referencia en este tipo de aplicaciones.

Directamente relacionado con el apartado anterior, cabe decir que cualquier mashup que cree un desarrollador puede publicarse como widget para que sea incrustado en otras páginas o aplicaciones. Por ejemplo, a través de la herramienta “Yahoo! Pipes” (<http://pipes.yahoo.com>) es posible crear de forma muy sencilla un mashup y una vez listo, publicarlo como widget para que cualquier persona pueda utilizarlo dentro de su página Web o blog.

## 4.9 REDES SOCIALES

Las **redes sociales**<sup>38</sup> se han abierto camino en Internet y han conseguido situarse en un lugar privilegiado. Su popularidad ha hecho posible un crecimiento vertiginoso apoyándose en la llamada web 2.0.

### Pero ¿Qué entendemos por Red social?

Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos<sup>39</sup>.

Son lugares de encuentro entre personas que permiten su interacción incluso aunque no exista una relación previa entre ellas. El sistema es abierto, constituyéndose y fortaleciéndose con la incorporación y aportación de cada miembro. Algo semejante a lo que ocurre en nuestra vida diaria, donde nuestro grupo se va conformando a medida que nos van presentando a iguales.

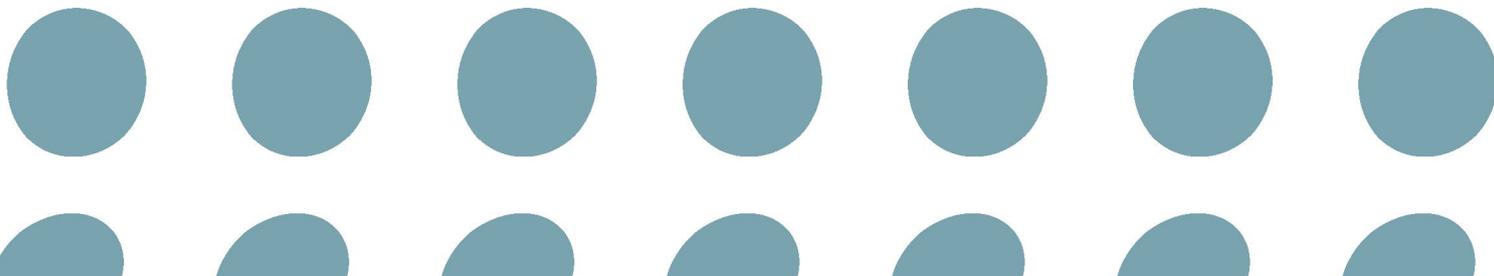
La idea de las redes sociales se basa en la teoría de los **Seis grados de separación**<sup>40</sup>, según la cual, cualquier persona del planeta puede estar conectada a otra, a través de una cadena de conocidos con no más de cinco intermediarios (un total de 6 conexiones). El número de conocidos crece por tanto, a medida que lo hacen los enlaces en la cadena. Las personas que pertenezcan al primer grado, serán las más próximas, a medida que se va avanzando en el grado de separación, disminuye la relación y la confianza.

Se trata de utilizar el potencial que ofrece Internet para ampliar el número de contactos y estrechar lazos de unión entre aquellas personas que tengan intereses comunes.

38 Redes sociales o Social Network.

39 Ponencia en Jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector en la Universidad Di Tella de Buenos Aires, Argentina. Noviembre 2001.

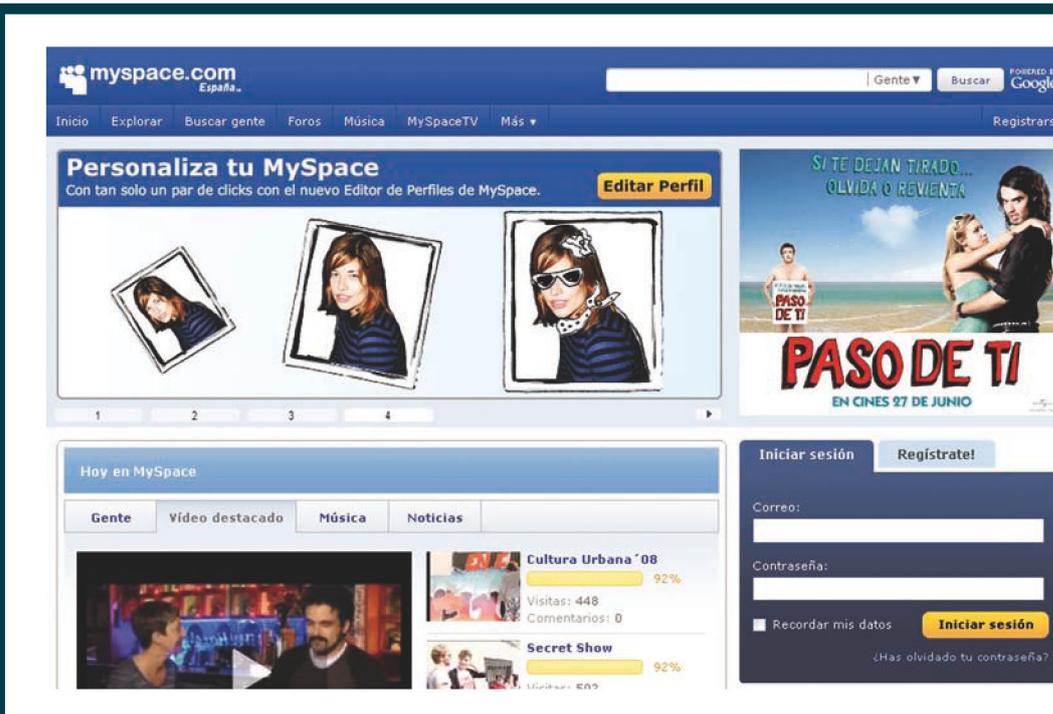
40 Surgida en el siglo XX, la propuesta inicial de esta idea fue hecha en 1929 por el húngaro **Frigyes Karinthy**, en un relato llamado **Chains**, cadenas. Posteriormente llevada al cine de la mano de Kevin Bacon.



Este fenómeno imparable, poco a poco se ha ido especializando y así han aparecido **redes sociales personales**, cuyo principal objetivo no es otro que servir de puntos de encuentro, conectar personas con el fin que cada cual desee (reencuentro de compañeros de colegio, estudios...), donde los usuarios crean su propio perfil para ser visto por el resto de internautas (Windows Live Spaces<sup>41</sup>, MySpace, Facebook o Bebo entre otras), o redes **profesionales**<sup>42</sup>, utilizadas con distintos fines empresariales y visión de negocio (Xing, Viadeo).

Un ejemplo del enorme impacto y repercusión de las primeras, lo encontramos en aquellas personalidades que se han sumado a este fenómeno viendo en él un medio más de difusión y promoción de sus ideas o proyectos. Así han aparecido figuras del mundo de la política o de la canción.

Las redes sociales a menudo integran en sus portales otros tipos de servicios que les aportan un valor añadido. Así nos encontramos con la posibilidad de crear nuestro propio blog, de compartir fotografías on-line, chequear nuestro correo o enviar mensajes de texto.



PÁGINA PRINCIPAL DE MYSPACE  
Fuente: www.myspace.com

41 En enero de 2007, una encuesta de MetrixLab sobre el uso de redes sociales arrojaba como resultado, entre otros, el hecho de que Windows Live Spaces es la Red Social más utilizada, con un 81% de las respuestas. El sitio se lanzó a principios de diciembre de 2004 como MSN Spaces, con el objetivo de permitirles a sus usuarios expresarse, publicando sus pensamientos, fotografías e intereses.

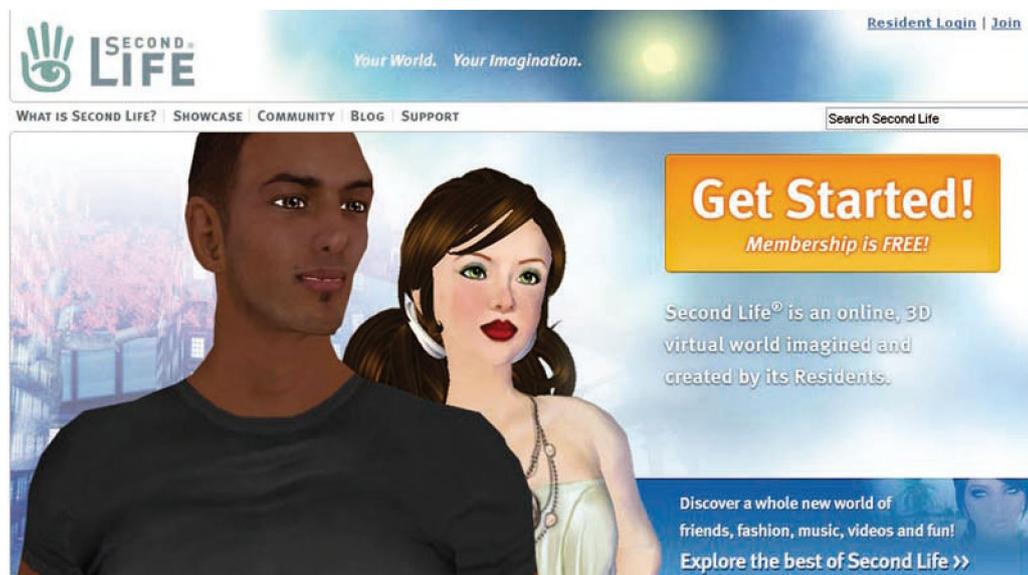
42 Sus fines se detallan en apartado 5.1.3.

Lo que conocemos por **mundos virtuales** también son ejemplos de red social. Famoso es Second Life ([www.secondlife.com](http://www.secondlife.com)), un entorno virtual en 3D creado por la empresa Linden Lab, que está distribuido en una amplia red de servidores y al que se accede a través de Internet. Los habitantes de esta “segunda vida” son los llamados **avatares**, a los que se puede personalizar según que se crea conveniente. Es posible moldear su imagen, diseñar su atuendo, elegir el color de sus ojos y su cabello.

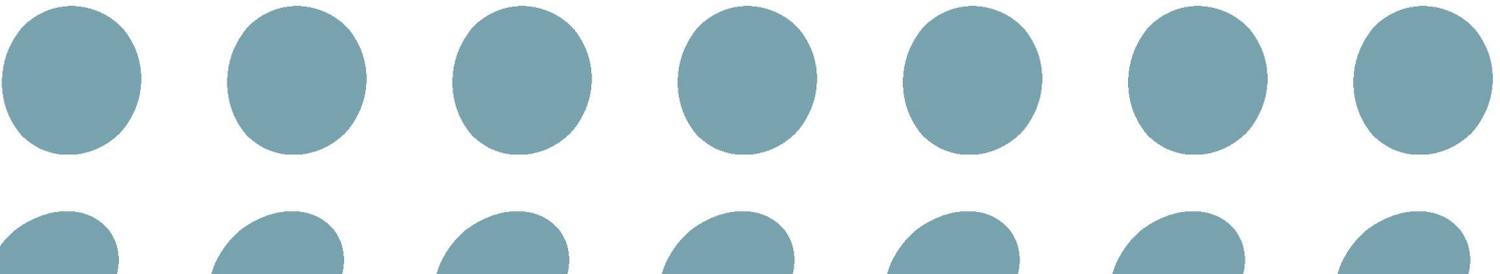
Una vez dentro se podrán recorrer sus islas (espacios creados por los propios usuarios en función de sus necesidades o intereses) e incluso participar en su economía virtual, que opera como un mercado real. Su moneda oficial, Linden Dolars, se puede comprar y vender y fluctúa de un modo similar a como lo hacen otras monedas del mundo real.

En Second Life (SL) no sólo se puede hacer amigos y conocer gente, sino que además se pueden vender las propias creaciones (en este metaverso existe la propiedad: si decido diseñar una camiseta o compro un espacio y construyo en él edificios, nadie podrá quitármelos), trabajar o asistir a cursos de formación. Algunos de los principales negocios internacionales y bancos ya han abierto sedes en él.

El entorno, en su conjunto, muestra una gran similitud con la vida real. Todo lo que figura en SL ha sido creado por los usuarios, pero este trabajo no resulta sencillo. No se trata de una herramienta intuitiva. Quien decida crear ha de tener conocimientos avanzados de programación y diseño.



PÁGINA PRINCIPAL DE SECOND LIFE  
Fuente: [www.secondlife.com](http://www.secondlife.com)



Algo semejante se puede encontrar en **Habbo**, <http://www.habbo.es/>. Habbo es otra red social cuyo público objetivo son jóvenes adolescentes de todo el mundo. En él también es posible elegir la apariencia que el usuario quiera y establecer contacto con un grupo de iguales.

**HABBO**  
territorio joven

¡15156 Habbos conectados ahora!

14441975 visitas en el último mes

Regístrate gratis

Mi Habbo Nombre

Contraseña  **Entra**

Recuérdame

[Regístrate gratis](#)

[He olvidado mi clave/usuario](#)

Únete ahora, es gratis »

Habbo es un mundo virtual para quedar y hacer amigos

**Los Habbos, locos por...** bailar bakan basket ciudad deporte divertido fiesta **futbol** guay habbo hablar ingles ninguno noche perros playa pop postre rap rock

[Contáctanos](#) | [FAQs](#) | [Sulake](#) | [Términos y Condiciones](#) | [Política de Privacidad](#)

© 2007 - 2008 Sulake Corporation Oy. HABBO es una marca registrada de Sulake Corporation Oy in la Unión Europea, Estados Unidos, Japón, la República Popular China y otras jurisdicciones. Todos los derechos reservados.

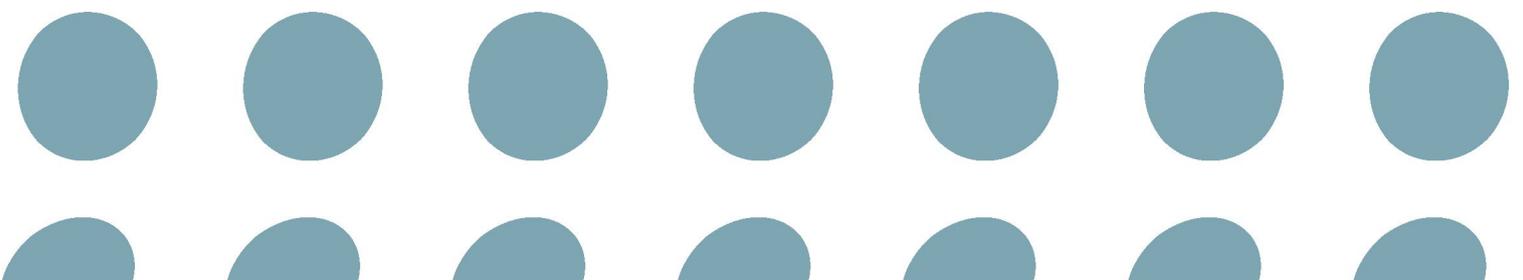
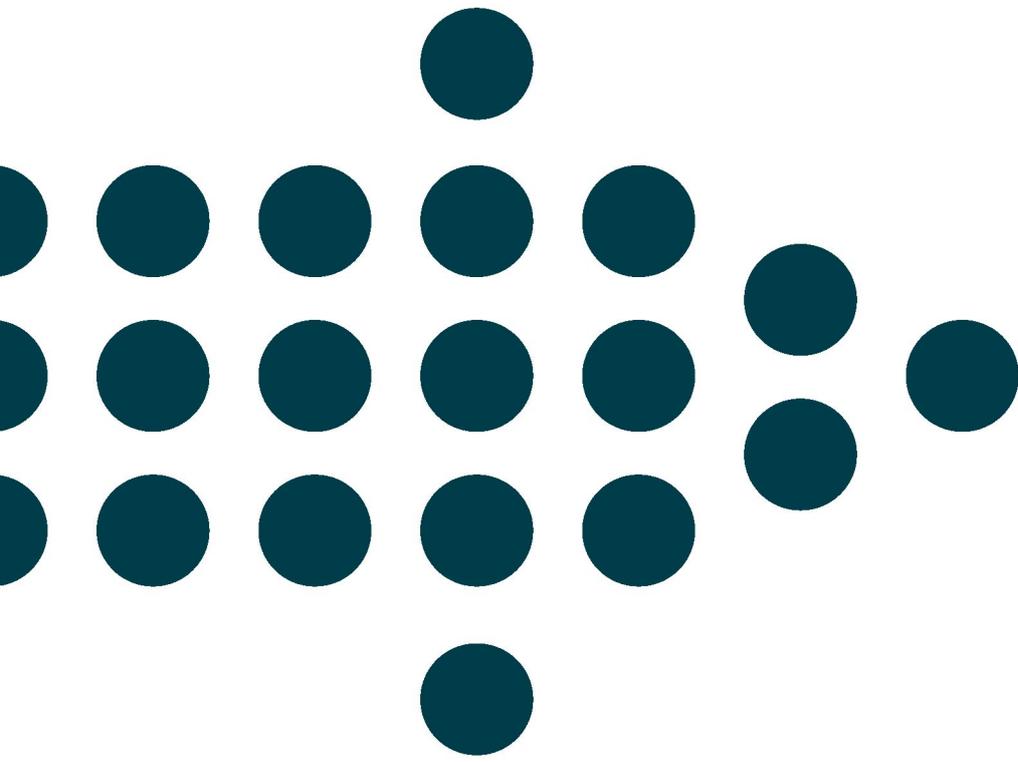
ESPACIO VIRTUAL DE HABBO  
Fuente: [www.habbo.es](http://www.habbo.es)

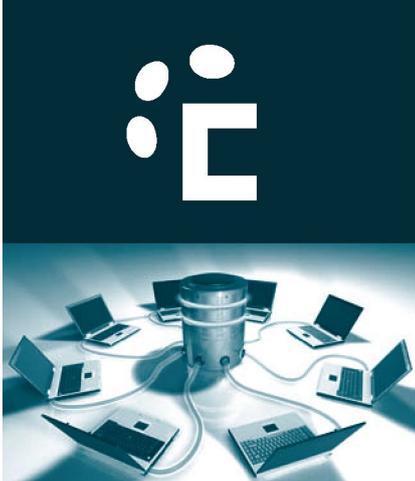


# CASTILLA Y LEÓN 2.0

5. CAPACIDADES DE LA WEB 2.0







## 5. CAPACIDADES DE LA WEB 2.0

Tal y como se recoge en una de las directrices estratégicas (*Participación Activa*) de la Estrategia Regional para la Sociedad Digital del Conocimiento 2007-2013, la Junta de Castilla y León apuesta por una Sociedad Digital del Conocimiento sostenible e inclusiva, potenciando la participación de todos los actores de la sociedad civil, evitando la fractura social y la brecha digital.

Asimismo, la línea estratégica “Contenidos y Servicios Digitales” supone un impulso de la oferta y puesta en marcha de contenidos y servicios de alto valor añadido, capaces de generar el interés necesario para impulsar la componente de demanda y, en definitiva, favorecer la participación activa en la Sociedad Digital del Conocimiento y el disfrute de sus ventajas por parte de los destinatarios finales.

En esta línea, la Junta de Castilla y León apoyará la prestación electrónica de servicios por parte de las administraciones y del sector empresarial y fomentará la confianza de los usuarios en dichos servicios. Asimismo, continuará apostando por el lanzamiento de contenidos y servicios digitales producidos regionalmente, ya sean propios de las Administraciones Públicas en la región o como desarrollo de los numerosos activos que posee Castilla y León, como su historia, su arte y su patrimonio, con el objetivo adicional de contribuir a la promoción de los contenidos en español en Internet.

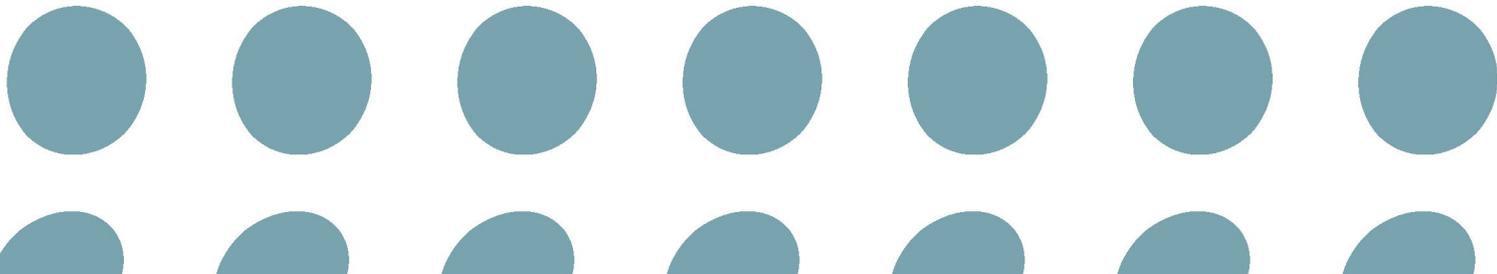
En este capítulo se analiza cómo la Web 2.0 puede favorecer el desarrollo de las empresas de la región, Administraciones Públicas y ciudadanos, así como las posibilidades que las aplicaciones y la filosofía 2.0 ofrecen para la colaboración, intercambio y creación de contenidos.

### 5.1 EMPRESA 2.0

La mayoría de las personas que conforman el sector empresarial conocen la “teoría” de la web 2.0, lo que habitualmente les resulta complejo es aplicarla a sus modelos de negocio.

Es cierto que esta forma de hacer las cosas puede aportar grandes beneficios, pero también lo es que, para que esto ocurra, debemos analizar sus amenazas y oportunidades y definir procesos en función de nuestras propias necesidades. De poco sirve crear un número ilimitado de blogs o foros, o publicitar un determinado sitio allá donde se nos antoje, sin estructurar nuestras ideas, sin establecer una relación lógica entre ellas, en definitiva, sin elaborar un plan de actuaciones adecuado a la realidad en la que estamos inmersos.

Hemos de dejar claro que lo que se pretende en este punto es nombrar las capacidades de la web 2.0 en la empresa, sus posibles aplicaciones o sus funcionalidades, pero en todo caso, ha de ser cada interesado, quien extraiga sus propias conclusiones y quien defina, a partir de ellas, un modelo coherente con el que obtenga la máxima rentabilidad, aprovechando las ideas que considere interesantes y desechando aquellas otras que, por el motivo que fuese, no tengan cabida en el contexto sobre el que se asienta el negocio.



### ¿Qué impacto tiene la Web 2.0 en las empresas?

Esta “nueva actitud” proporciona a la empresa **nuevas formas de relacionarse con los clientes**, la oportunidad de interactuar con ellos, conocer sus necesidades, opiniones y valoraciones, aumentando su satisfacción. Esto repercute directamente en su fidelización e incrementa la rentabilidad. Pero la relación no tiene que centrarse exclusivamente en empresa/cliente, sino dar la oportunidad de que éstos últimos establezcan contacto entre ellos, compartan o puntúen los servicios que se les ofrecen.

Según comenta Enrique Dans<sup>43</sup>, colaborador de este estudio: "Años atrás, al realizar la adquisición de un producto, las propias páginas web aportaban la información necesaria para su compra. En otras palabras, el usuario tenía que fiarse de los datos aportados por la propia empresa. En la actualidad, la Web proporciona información adicional, como opiniones de los consumidores del producto o servicio que deseamos adquirir. Nos da la posibilidad de conocer el comportamiento del producto y la empresa (si tiene defectos, cómo es el departamento de atención al cliente, plazos de entrega, etc.)".

No menos importante es la **reducción de costes en cuanto a publicidad se refiere**. Los anuncios tradicionales que llevaban asociado un elevado precio son sustituidos por marketing viral, publicidad contextual o publicidad segmentada en el comportamiento.

Merece la pena mencionar el papel de los mundos virtuales en el sector empresarial. Más adelante veremos cómo empresas de alto prestigio se sirven de estas aplicaciones para entrenar a su personal y trabajar en su cualificación profesional, simulando verdaderas experiencias de *coaching*<sup>44</sup>.

### Blogs

Es evidente que las empresas van a verse influenciadas por los comentarios que aparezcan en los distintos blogs. Para bien o para mal, este hecho está presente y la información que en ellos se refleje puede repercutir directamente en el negocio.

Si los post son positivos, nuestra imagen de marca se verá reforzada y nuestra credibilidad y la aceptación del producto aumentará. Pero si, por el contrario, la balanza se inclina hacia el lado negativo, puede arrastrar consecuencias en diferentes áreas, como son el departamento comercial o el de atención al cliente.

En opinión de Rafael Chamorro<sup>45</sup>, colaborador de este estudio: "tener un contacto directo con las empresas hace que éstas se muestren más cercanas a los consumidores, y es posible que si un consumidor se siente maltratado lo deje ver en la Web de la empresa o en su propio blog, creando una manera directa de exponer sus quejas".

43 Enrique Dans, reconocido blogger y profesor de Sistemas de Información en el Instituto de Empresa desde el año 1990.

44 Término anglosajón utilizado para referirse al proceso mediante el cual, un entrenador o “coach” trabaja con una persona o grupo para, de manera conjunta, explotar al máximo sus potencialidades y conseguir de este modo los objetivos propuestos.

45 Rafael Chamorro Marín es Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Director Adjunto de la Oficina Española de Turismo en Nueva York. Ha sido Presidente de la Asociación de funcionarios del Cuerpo Superior de Sistemas y Tecnologías (ASTIC) y es autor de varios libros sobre Internet y Nuevas Tecnologías.

Según Rafael Chamorro: "las aplicaciones Web 2.0, como los blogs, permiten a los usuarios criticar públicamente cualquier mal servicio. Como demuestra un estudio de "The Economist" publicado a principios de 2007 sobre la Web 2.0 y el mundo corporativo, hay mucho dinero en la Web 2.0 y la sociedad se mueve ineludiblemente hacia la participación y hacia las empresas más transparentes y cercanas. Hay que saber entender que si un Director General abre un blog debe ser para escribirlo él mismo, ser receptivo con las críticas, reconociendo los errores y dando contestaciones a todos. En caso contrario, la Web 2.0 se volverá contra la empresa".

Si una empresa quiere bloggear para interactuar con sus clientes, debe asumir que tarde o temprano recibirá críticas, eliminar o no permitir comentarios negativos, es contraproducente ya que el usuario puede sentir coartada su libertad de expresión y posiblemente no participará.

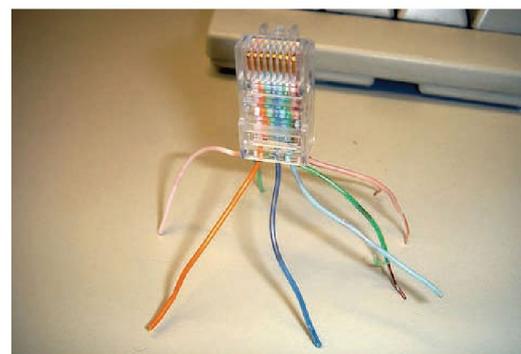
Un ejemplo muy significativo de aplicación de la Web 2.0 es Dell<sup>46</sup>. La firma creó un blog para recoger las sugerencias de los consumidores. Estos pidieron que la compañía incorporara Linux<sup>47</sup> en sus ordenadores, y finalmente, así ha sido.

Pongámonos ahora del lado contrario. Utilicemos los blogs como una estrategia más de marketing. Es lo que en Estados Unidos se conoce como "**Pay per Post**" (pagar por un post). Hasta ahora, los blogs eran espacios donde publicar libremente tus opiniones, sin temor a la censura, crecían y se alimentaban bajo las ideas de su creador, pero recientemente, fruto de su popularidad, se ha visto en ellos un medio más de divulgar nuestros servicios. Determinadas empresas ofrecen a bloggers conocidos, la posibilidad de hablar de ellas a cambio de dinero. Julio Alonso comenta: "El riesgo no está tanto en que se pueda pagar por escribir posts, sino en que esto se haga sin que el lector lo sepa. Eso es lo que nos parece preocupante y lo que se quiere evitar, porque si no se hace, se acabaría desprestigiando a todo el medio". Los post patrocinados serían la opción lícita.

### Las Redes Sociales y el Marketing Viral

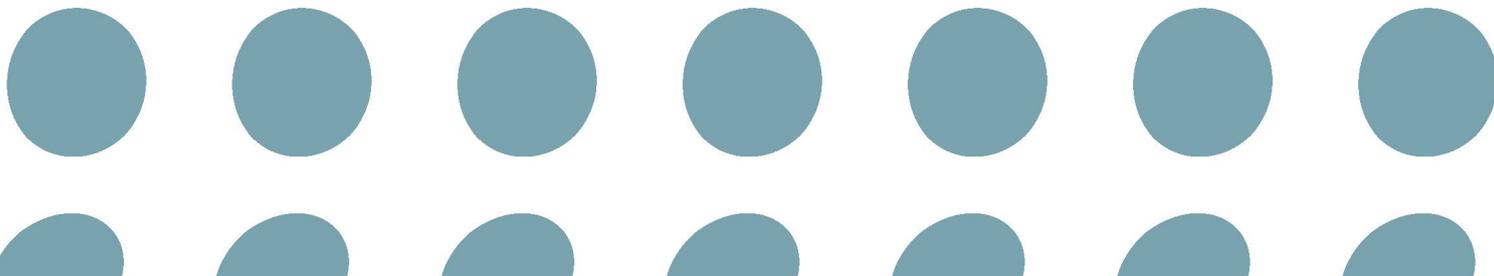
El **marketing viral** se puede definir como una estrategia que persigue la implicación directa de los usuarios finales, para que sean ellos mismos los que transmitan los mensajes que queremos difundir.

Esta técnica de marketing aprovecha las redes sociales existentes en Internet para propagar, de un modo sencillo, el contenido que nos interesa publicitar. Sería algo similar a lo que popularmente conocemos como el "boca a boca", pero en este caso, en un entorno virtual. Lanzamos una idea en la red y ésta, gracias a los propios internautas, se va expandiendo hasta llegar a un número elevado de personas.



<sup>46</sup> [www.dell.com](http://www.dell.com).

<sup>47</sup> Linux es un sistema operativo basado en software libre.



Lo único que se necesita es un concepto que despierte interés o seduzca a la audiencia y que a la vez sea sencillo, un canal adecuado y un incentivo para que los usuarios den a conocer el producto de forma voluntaria.

La característica principal que envuelve este tipo de marketing, como se habrá podido deducir, es su bajo coste. Los empresarios pueden aprovechar sus “virus (ideas) para infectar y contagiar al mayor número de personas posibles”. A partir de entonces, será el propio virus el que trabaje solo.

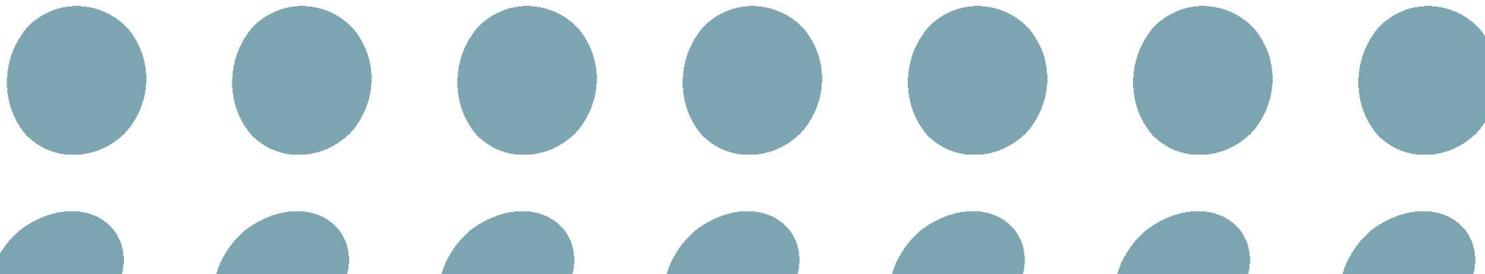
Un ejemplo claro, del que se hicieron eco todos los medios de comunicación y que causó una elevada polémica, lo encontramos en el conocido vídeo del “falso robo” del escaño en el Congreso de los Diputados. Detrás de él se escondía una campaña de sensibilización de la ONU contra la pobreza. Otro ejemplo es la famosa canción “Amo a Laura” de un grupo ficticio, “Los Happines”, que también resultó ser una campaña publicitaria, barata y efectiva, puesta en marcha por la MTV. No hace falta sin embargo, llegar tan lejos. Esta estrategia es perfectamente asumible por empresas más pequeñas, que pueden aprovechar sus redes de contacto para “vender” su nueva propuesta.

### Las Redes Sociales y los Recursos Humanos

Como se verá más adelante, las redes sociales son un buen recurso para aquellas personas que buscan empleo, pero también lo son para los departamentos de recursos humanos de las empresas, cuya labor es realizar procesos de reclutamiento para cubrir las vacantes necesarias.



PÁGINA PRINCIPAL DE XING  
Fuente: www.xing.com



Los responsables de selección, hacen uso de determinadas redes para identificar a los posibles candidatos, llevando a cabo en ellas la primera toma de contacto.

Incluso los conocidos como cazatalentos o Head hunters<sup>48</sup>, se sirven de estos espacios para captar directivos con perfiles muy concretos.

## RSS

La sindicación va a permitir a los propios empleados de una organización suscribirse sólo a aquellos boletines o noticias en los que estén interesados. Se elimina así el envío masivo de contenidos, seleccionando a sus destinatarios. El proceso de comunicación interna, por tanto, varía en la empresa.

De cara al exterior, la sindicación ofrece a los internautas estar al día de todo aquello que se ponga en marcha en un determinado sector. Gracias a esto, nuestros novedosos proyectos llegarán a colectivos con determinados perfiles, los que muestran interés y aquellos de los que en realidad podemos obtener algún beneficio.

## Foros

Los foros aplicados a la empresa pueden ser de gran utilidad, sobre todo a la hora de realizar sugerencias, reclamaciones o consultas en tiempo real. Se implementa así la atención al cliente, ofreciendo además una respuesta inmediata a sus necesidades.

## Wikis

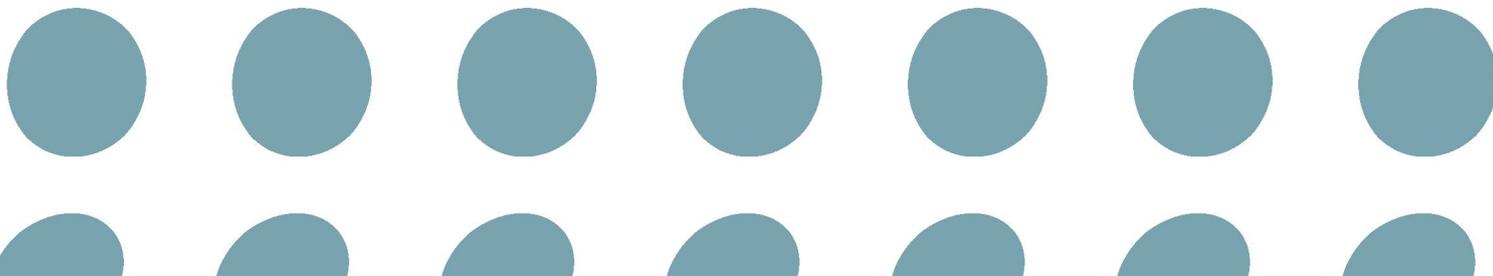
El uso de wikis en el ámbito empresarial puede tener grandes ventajas. Aunque al principio es posible que genere confusión, incluso miedo entre los trabajadores, aquellos que hacen uso de ellas pueden apreciar sus beneficios.

Resulta primordial suscitar interés entre los diferentes grupos para que trabajen en algún proyecto colaborativo y, a partir de ahí, ofrecer pautas sobre cómo utilizarse. No olvidemos que de lo que se trata es de construir contenido de forma conjunta. El ahorro de tiempo, la transparencia y la posibilidad de contribuir con otros proyectos, se explotan al máximo.

Supongamos que un directivo quiere poner en marcha un nuevo proyecto pero aún no sabe cómo desarrollarlo. Como un método innovador, pide a sus empleados que complementen la propuesta que él ha dejado plasmada en el espacio que ha creado para tal fin (wiki). Todas las aportaciones pueden ser modificadas, lo único que importa es que, entre todos, la idea prospere y se pueda llevar a la práctica.

Las wikis utilizadas inteligentemente pueden convertirse en una herramienta e inversión para la mejora de la productividad.

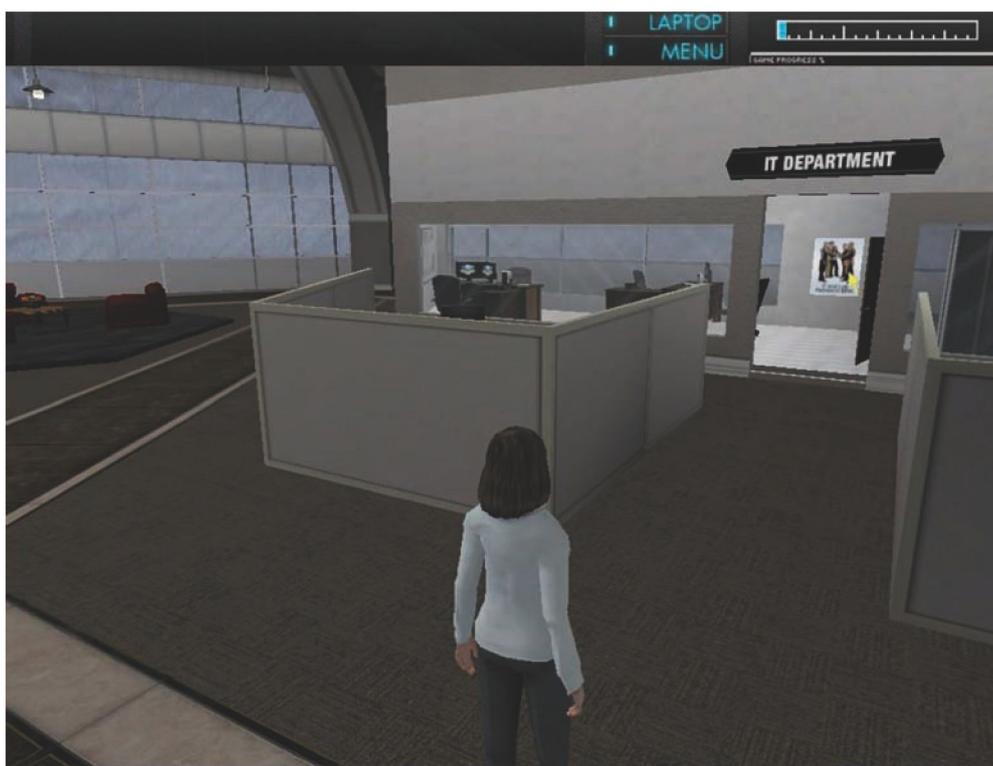
<sup>48</sup> Profesionales dedicados a buscar candidatos en empresas de la competencia.



## Mundos Virtuales

Los mundos virtuales no tienen sólo protagonismo entre la población joven. Las empresas han visto en ellos el espacio idóneo para entrenar o adiestrar a sus empleados en ciertas habilidades. Su semejanza con la vida real, los convierte en una potente herramienta que permite simular determinadas situaciones. Algo parecido a lo que hasta ahora conseguían técnicas más tradicionales (se pedía resolver un caso de negocio en formato papel por ejemplo) pero de un modo mucho más gráfico y entretenido.

IBM lanzó “Innov8”, un juego en 3D en el que el protagonista era un directivo al que se le encomendaba la tarea de construir una empresa más eficiente. Todo ello en una oficina virtual. Su principal objetivo es contribuir al desarrollo de las habilidades de comprensión y mejora de los procesos internos de negocio de una empresa.



SIMULADOR “INNOV8”

Fuente: <http://www-306.ibm.com>

British Telecom, puso en marcha otro “business game”<sup>49</sup> para gestionar problemas sociales y medioambientales, pero no son los únicos ejemplos; la Universidad de Carnegie Mellon, diseñó una aplicación para el entrenamiento de bomberos en el rescate por ataque químico (Simulación HazMat-Hotzone), con Straight Shooter<sup>50</sup> se fomentan las habilidades comerciales, “cazando” clientes en ciudades, aeropuertos y hoteles, o también existen aquellos otros, como el Líder Virtual en el que se gestionan relaciones interpersonales.

La publicidad en los mundos virtuales adquiere, por otro lado, un papel destacado. Second Life, aumenta su oferta e incluye el **Behavioural Targeting o publicidad segmentada en el comportamiento**. Se trata de una nueva herramienta de marketing con la que las empresas son capaces de localizar a su público objetivo. Lo que consigue es personalizar la publicidad en función de los intereses de cada avatar.

Esto es posible examinando su historial de navegación (para lo que resultan imprescindibles las cookies). ¿Cuáles son los resultados? Cuando pasemos junto a un cartel publicitario, éste mostrará información sobre viajes a Francia, curiosamente el destino que elegimos para nuestras vacaciones y sobre el que ayer mismo buscamos datos desde nuestro ordenador.

El behavioural targeting beneficia a todos los agentes del mercado. A los anunciantes se les ofrece audiencias relevantes, a los usuarios contenidos específicos que coinciden con sus intereses y, por su parte, los editores web son capaces de valorar el tipo de visitantes que navega por su web.

Este sistema, es igualmente utilizado en las páginas web (un ejemplo de ello, podemos encontrarlo en Amazon) demostrando su eficacia por encima de la llamada publicidad contextual.

### Google AdSense y Google Adwords

Google presenta dos tipos de soluciones publicitarias Adwords (destinada a anunciantes) y Adsense (para editores web), dos claros ejemplos de publicidad contextual.

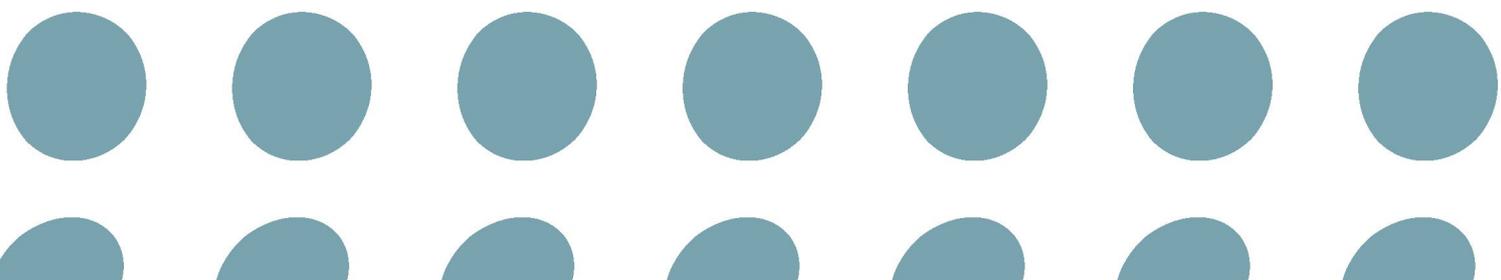
**Adwords**, permite llegar a más clientes de una forma económica. Los anuncios orientados por palabra clave<sup>51</sup> aparecerán automáticamente en los sitios web de contenido relevante y en otros productos, como los programas de correo electrónico y los boletines informativos de la red de Google<sup>52</sup>. Esta modalidad utiliza el sistema de pago Coste por Clic (CPC) que consiste en pagar sólo cuando algún usuario de la red haga “clic” en el anuncio, independientemente de las veces que éste aparezca.

49 <http://www.btplc.com/Societyandenvironment/Businessgame>.

50 <http://www.games2train.com/site/html/tutor2.html>.

51 Sólo aparecerán los anuncios para aquellas palabras que el anunciante elija.

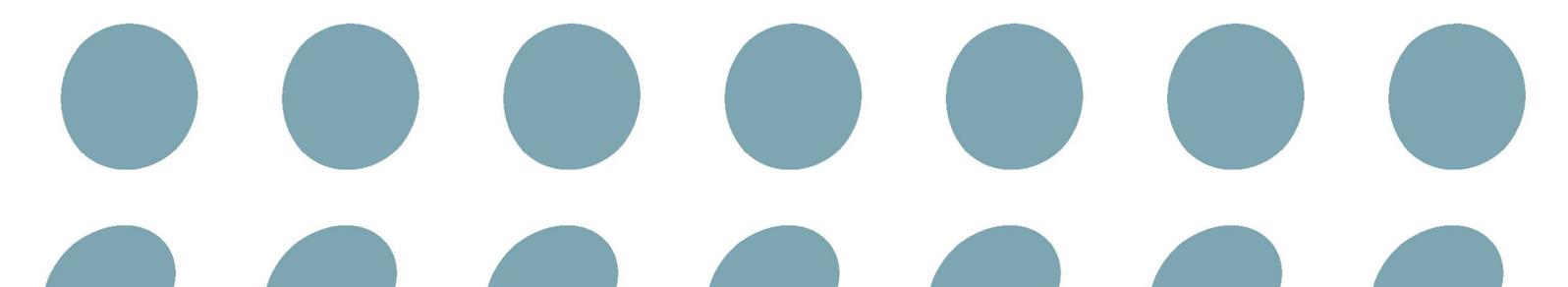
52 <http://adwords.google.com>.



PÁGINA PRINCIPAL DE GOOGLE ADWORDS  
Fuente: <http://adwords.google.es>

**Google AdSense**, permite obtener ingresos a los editores de los sitios web. Inserta de manera automática anuncios relacionados con el contenido del portal, resultando un tipo de publicidad útil para los visitantes de la página web. Así, si la temática de nuestra página promociona el turismo, podremos encontrarnos anuncios de empresas de viajes, casas rurales o paradores.

PÁGINA PRINCIPAL DE GOOGLE ADSENSE  
Fuente: <https://www.google.com/adsense>



## 5.2 ADMINISTRACIÓN 2.0

Por Administración 2.0 no debe entenderse exclusivamente el conjunto de trámites que se pueden realizar on-line. El concepto es más amplio y engloba aquellos servicios que posibilitan y promueven la participación, la interacción entre organismo y ciudadano, el trabajo colaborativo, es decir, se trata de acercar la administración a las personas, haciéndola más flexible y abierta, sin perder por ello su rigor y alto grado de credibilidad.

Será imprescindible en este punto evaluar las necesidades que puedan plantear los propios usuarios y las posibles oportunidades que la web social pueda ofrecer a este sector. Entonces se habrá conseguido el verdadero equilibrio.

Existen experiencias innovadoras en nuestro país, pero aún queda un largo camino por recorrer. Para que esta evolución sea posible, se hace necesario un cambio de actitud que permita dar respuesta a las demandas que irán presentando con el tiempo tanto ciudadanos, como empresas.

Algunas Administraciones locales, nacionales o internacionales, ya se están dando cuenta de las posibilidades de las nuevas aplicaciones en todo el ciclo administrativo, por ejemplo:

### Portal Personalizado [jcyl.es](http://jcyl.es)

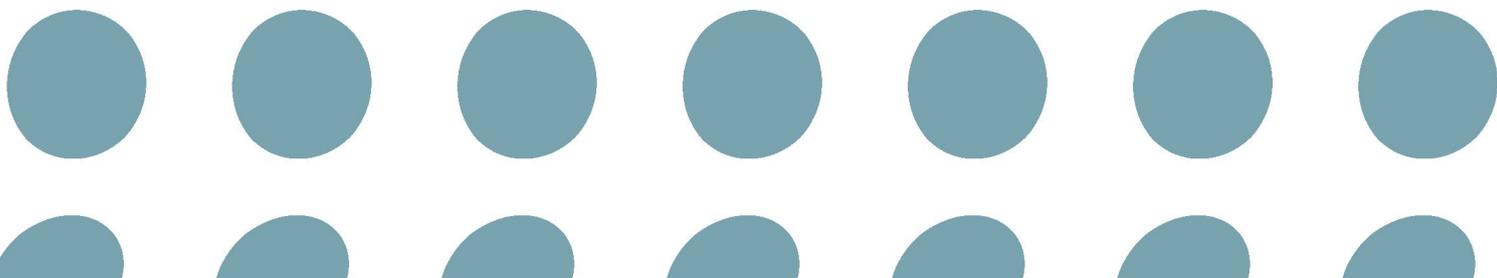
La Junta de Castilla y León, como evolución del portal corporativo [www.jcyl.es](http://www.jcyl.es), ha desarrollado una nueva funcionalidad dentro de su estrategia de acercamiento a los ciudadanos.

Próximamente, en el portal corporativo [jcyl.es](http://jcyl.es), el ciudadano podrá configurar tanto la información que desea visualizar como los servicios a los que se quiere suscribir.

A través de una navegación por pestañas, el ciudadano podrá:

- Personalizar su agenda o enlaces de interés.
- Ver información meteorológica o el estado de las carreteras de la localidad o provincia que desee.
- Suscribirse al envío de boletines o a la recepción de mensajes de alerta a través de e-mail sobre las novedades de la web.
- Mostrar contenidos sindicados de las fuentes que solicite.
- Presentar información específica de la Junta de Castilla y León, de acuerdo a las preferencias de usuario.

Así pues, el ciudadano dispondrá de un espacio donde personalizará sus preferencias de acceso a información y suscripción a servicios de la Junta de Castilla y León.







Portada
Boletines y Alertas
Contenidos Sindicados
Información de la Junta
Perfil
jcyL.es

La Junta de Castilla y León recibe el Premio ComputerWorld 2008

### Últimas noticias

**Día del Emprendedor en Castilla y León**  
Los días 21 y 22 de Mayo tendrá lugar en Valladolid la cita anual de los emprendedores de Castilla y León (14/05/2008)

**Convocatoria Bolsas de Empleo supletorias de Personal Laboral**  
Publicación de listados de admitidos y excluidos, fecha de realización de las pruebas convocadas y respuestas de los ejercicios. (19/03/2008)

**Campos de trabajo nacionales e internacionales. Verano 2008**  
La Junta de Castilla y León presenta la Campaña de verano de campos de trabajo durante los meses estivales (14/03/2008)

---

### Enlaces destacados



Presidente



Actualidad Informativa



Servicios

---

### Calendario

Moy hay 8 eventos programados.

Via	P.K. Inicio	P.K. Fin	Tramo	Tipo	Causa	Observaciones
CL-601	12.1	42.9	de d-600 a limite provincia de segovia		OTRAS	Obras en la via
CL-610	2.5	10.0	de covaresa a puenteduro		OTRAS	Obras en la via
VA-101	4.53	26.69	de pesquera de duero (cruce con vp-3014) a villafuete (cruce con vp-3009)		OTRAS	Obras en la via
VA-101	26.69	30.7	de villafuete (cruce con vp-3009) a aguasillas de segovia (va-140)		OTRAS	Obras en la via
VA-113	12.0	14.775	de cabezón de pisuerga a cruce con n-620		OTRAS	Obras en la via
VA-241	0.0	13.3	de peñafiel a limite de provincia de segovia		OTRAS	Obras en la via
VA-301	0.0	7.3	de arabal de portillo (d-601) a moedas (n-601)		OTRAS	Pavimentación
VA-410	0.0	16.533	de olmedo (d-112) a ataquines (a-6)		OTRAS	Obras en la via
VA-204	0.0	14.0	de cruce con n-601 a limite de provincia de zamora		OTRAS	Obras en la via
VA-513	17.2	31.4	de torrelabaton a castromonte (va-510)		OTRAS	Obras en la via
VA-515	32.39	44.1	de cruce con va-511 a medina de rioseco (n-601)		OTRAS	Obras en la via
VA-300	0.0	5.5	de valladolid (a-63) a fuensalida		OTRAS	Obras en la via
VA-513	0.0	7.2	de medina de rioseco (n-601) a limite de provincia de palencia		OTRAS	Obras en la via

Cadenas Cerrada Circulación alternativa Cortada Precuidación

#### Datos de usuario

Bienvenido alsherr  
Hoy es 22 de mayo de 2008

Darme de baja

El tiempo

Valladolid

**Hoy**  
Estado del cielo: Muy nublado con lluvia a.m.; Muy nublado con lluvia p.m.  
Viento: Sur 14 km/h a.m.; Sur 14 km/h p.m.  
Índice UV Máximo: 8

**Mañana**  
Estado del cielo: Muy nublado con lluvia a.m.; Muy nublado con lluvia p.m.  
Viento: Oeste 19 km/h a.m.; Oeste 22 km/h p.m.  
Índice UV Máximo: 8

#### Información obtenida del INM

##### Mis enlaces

**Universidades**  
Universidad Católica de Ávila  
Universidad de León  
Universidad de Burgos

**Gobiernos Autonómicos**  
Comunidad Autónoma de la Región de Murcia  
Generalitat de Cataluña

**Portales Junta**  
Empleo en Castilla y León eCYL  
Turismo en Castilla y León  
Boletín Oficial

**Gobierno Central**  
Ministerio de Economía y Hacienda  
Ministerio de Defensa  
Ministerio de Cultura  
Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación  
Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación  
Ministerio de Administraciones Públicas  
Presidencia del Gobierno  
Ministerio de Igualdad  
Ministerio de Vivienda  
Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales  
Ministerio de Sanidad y Consumo  
Ministerio de la Presidencia  
Ministerio de Medio Ambiente  
Ministerio de Justicia  
Ministerio del Interior  
Ministerio de Industria, Turismo y Comercio  
Ministerio de Fomento  
Ministerio de Educación y Ciencia

PÁGINA PORTAL PERSONALIZADO JCYL  
Fuente: elaboración propia

## Participación Ciudadana

**CiudadanosdeCastillayLeón.net** (<http://castillayleon.ciudadanos2010.net/>), aplicación desarrollada por Europa Press en colaboración con la Junta de Castilla y León, es una experiencia de participación pública a través de Internet (e-Democracia) para fomentar el debate entre los ciudadanos de la Comunidad Autónoma y sus representantes en el ámbito municipal.

El proyecto CiudadanosdeCastillayLeón está basado en el programa europeo eEurope2005, que defiende una Sociedad de la Información para todos, y en la Carta Europea de la Autonomía Local, proclamada en Estrasburgo en 1985, que establece el principio de participación de los ciudadanos en los asuntos públicos reconocido y fomentado por los propios gobiernos locales.

La iniciativa, pionera en España, recrea en Internet el concepto del ágora griega o plaza pública, en la que ciudadanos y representantes políticos y civiles, exponen públicamente aquellas propuestas que consideran de interés para la comunidad.

Éstas, se someten a debate entre los ciudadanos del municipio y aquellas que logren un mayor respaldo, son susceptibles de ser votadas por el Ayuntamiento en el pleno municipal y puestas en marcha, con la implicación de los ciudadanos y las asociaciones que han participado en el proceso de deliberación.

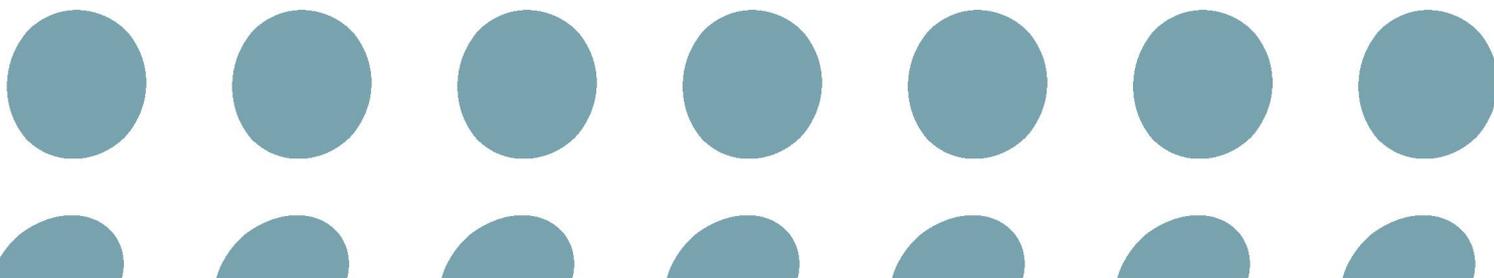
Asimismo, cualquier ciudadano puede plantear sus propuestas ante la comunidad, siendo los propios vecinos, los que garantizan mediante su respaldo, la máxima visibilidad de las mejores o los que relegan, a las últimas posiciones del ranking virtual, aquellas que menos interés despiertan.

El objetivo principal, en opinión de Jaime Estévez<sup>53</sup> colaborador de este estudio, es lograr que el ciudadano, la pequeña empresa, que el pequeño colectivo, pueda expresarse directamente con su propia voz".

La especial receptividad de la experiencia en Castilla y León dio origen a un nuevo proyecto, *Cuadernos Ciudadanos*<sup>54</sup>, en colaboración con la Administración Autonómica, que aspira a llegar al mayor número posible de municipios y ciudadanos castellanos y leoneses durante los próximos años.

53 Jaime Estévez, director de Europa Press.net.

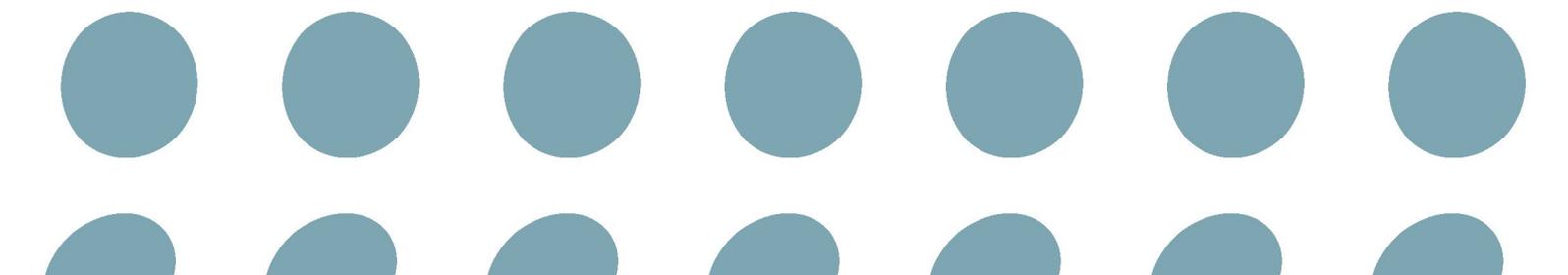
54 Descrito en el apartado Ciudadanos 2.0.



The screenshot displays the 'Laguna De Duero Ciudadanos2010.net' website interface. At the top, there are navigation tabs for 'Equipo de Gobierno', 'Asociaciones', and 'Grupos Municipales'. A search bar is present with filters for 'Alcaldía' and 'Independientes por Laguna'. The main content area features a proposal titled 'Nuevas conexiones en el nudo de Torralago' by 'Jesús Viejo Castro', the Mayor of Laguna de Duero, with 4 adhesion buttons. Below this, a list of 'Ultimas propuestas' includes items like 'Más espacios con juegos infantiles' and 'SOTERRAMIENTO DE CONTENEDORES DE BASURA'. A section for 'Propuestas de los ciudadanos' includes 'comunicaciones con fuentejuana' and 'Piscina cubierta y A.I.'. The interface uses a clean, structured layout with clear headings and interactive elements like buttons and progress bars.

CIUDADANOSDECASTILLAYLEON.NET EN LANGA DE DUERO  
 Fuente: www.ciudadanosdecastillayleon.net

En opinión de Rafael Chamorro: "A través de los blogs, los ciudadanos pueden dialogar directamente con los políticos, con sus parlamentarios, sus Ministros, Consejeros y Alcaldes. Y lo que es más importante, pueden hablar de igual a igual con ellos, discutiendo sus problemas y sus necesidades".



## Ciudades virtuales en Second Life

Próximamente el ayuntamiento de Valladolid tendrá una réplica tridimensional de la ciudad, un espacio virtual que reproducirá los rincones y edificios más representativos de la ciudad, y al que se accederá desde su página Web: [www.ava.es](http://www.ava.es).

En una primera fase, los usuarios podrán visitar presencialmente la Plaza Mayor y el Ayuntamiento, reconstruyendo posteriormente el resto de edificios emblemáticos de la ciudad.

En este sentido, Gijón fue la primera ciudad en España en abrir una oficina de turismo en SecondLife, y una de las primeras a nivel europeo. Un 'avatar' guía la visita a lo largo de toda la ciudad, que puede hacerse incluso en el interior de los edificios. El siguiente paso fue organizar eventos y actividades virtuales que aumentasen el número de usuarios de Second Life que visitaba la ciudad.

La compra del terreno virtual de Gijón costó 1.200 euros, que esperan ir financiando, en parte, con el alquiler de locales para empresas, tanto virtuales como reales, con el objetivo es promocionar sus productos y servicios (la primera empresa en instalarse fue el hotel Marqués de San Esteban).

Actualmente, Gijón es visitado en Second Life por 1.000 usuarios al día, una cifra que alcanza los 1.700 durante los fines de semana. Este número se ve incrementado cuando se organizan eventos como el concierto organizado en Gijón Second Life donde acudieron 3.740 personas.

## Proyecto GEISHA

Este proyecto, desarrollado por CEDETEL<sup>55</sup> ([www.cedotel.es](http://www.cedotel.es)) y financiado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y la Junta de Castilla y León, pretende dotar a los ayuntamientos de una herramienta que ofrezca contenidos de calidad, a la vez que favorece la implicación y participación de todos los ciudadanos como medio para enriquecer y dar valor a los mismos.

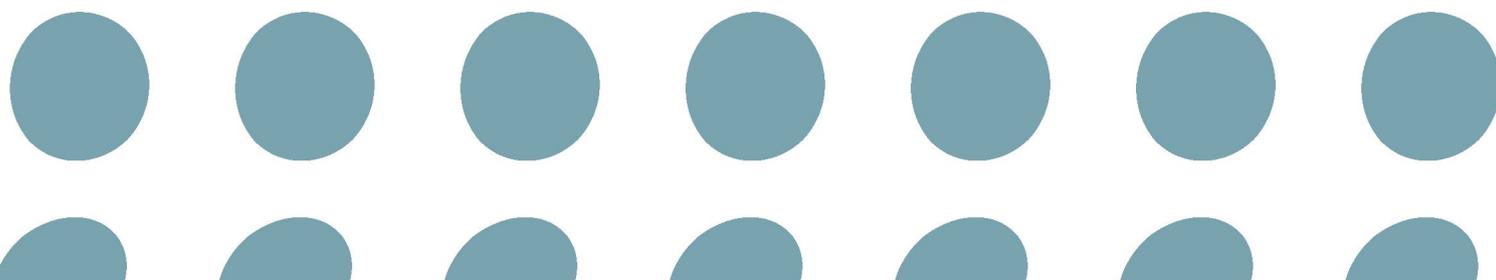
Basada en la filosofía 2.0, la aplicación se sirve de los **Sistemas de Información Geográfica** (GIS<sup>56</sup>) como medio para plasmar la información generada por la entidad local, que a su vez podrá ser complementada por quien lo desee, aprovechando así la llamada inteligencia colectiva.

Entre sus funcionalidades, destacan las siguientes:

- **Servicio de e-Turismo basado en GIS:** Una aplicación visual basada en GIS, permitirá a cualquier usuario (o ayuntamiento) definir una ruta en la que se pueden ver comentarios, fotografías o recomendaciones.

<sup>55</sup> Centro para el Desarrollo de las Telecomunicaciones de Castilla y León.

<sup>56</sup> GIS: Geographic Information System.



- **Transporte Urbano:** se indicarán de forma fácil las rutas de los servicios urbanos de transporte.
- **Sistema de tráfico basado en GIS:** En este caso, la aplicación consta de actualización, en tiempo real, del estado de las carreteras de la ciudad en los puntos donde existan esos datos (cámaras de tráfico, señalizadores de intensidad de circulación, actuaciones de obras...).

Además, se permitirá al usuario introducir comentarios y puntos de información con una fecha de validez para que esté actualizada en todo momento.

- **Sistema de control de Servicios Básicos de Sensores:** Se pretende plasmar sobre un GIS, la localización de los puntos de sensores situados en la ciudad, donde se ofrezca información al ciudadano y que éstos, si disponen de algún tipo de medición, sean capaces de ofrecerla y compartirla: niveles de polen, temperaturas, cantidad de lluvia caída, caudal de río en ciertos puntos...
- **Control de la calidad del Agua + GIS:** reflejar las calidades del agua en los distintos puntos de la ciudad donde se realizan mediciones y ofrecer dicha información al ciudadano.
- **Callejero:** Listado de las calles de la ciudad enlazando a su localización en un sistema GIS.
- **Aplicación "010 Recepción de Sugerencias GeoLocalizadas":** Aplicación GIS donde el ciudadano puede hacer sugerencias en el ámbito del mobiliario (o estado de conservación) urbano.

## Gencat 2.0

La Generalitat de Catalunya inició en 2005 un proceso de reestructuración, reorganización y modernización de sus servicios públicos. Fruto de ello es su portal **Gencat** ([www.gencat.net](http://www.gencat.net)). Este portal, basado en la filosofía web 2.0, ha hecho posible la comunicación entre usuarios y la Administración.

Un asistente virtual, Laia, da a conocer el nuevo proyecto en Second Life (a través de un videocast) a la vez que presenta a los visitantes la ciudad de Barcelona (llevando a cabo labores de promoción cultural y social) diseñada con todo lujo de detalles en esta "segunda vida".

Sus funciones no se restringen sólo a esto. Con Laia, se puede interactuar. Este avatar ayudará a realizar trámites on-line y resolverá dudas, mediante un sistema inteligente que se retroalimenta en función de las cuestiones que los visitantes vayan planteando.

La misma filosofía se ha trasladado a la plataforma **e-catalunya**, portal que permite crear comunidades virtuales de ciudadanos con intereses concretos. Son espacios que se configuran a medida, con blogs, wikis, calendarios y álbumes para aportar contenidos, opinar y relacionarse.

Actualmente están en marcha, entre otras, comunidades de mediadores familiares, comunidades de catalanes en el exterior o especialistas de la red de salud.



ASISTENTE VIRTUAL LAIA EN SECOND LIFE  
Fuente: [www.gencat.net](http://www.gencat.net)

### Buzón Ciudadano

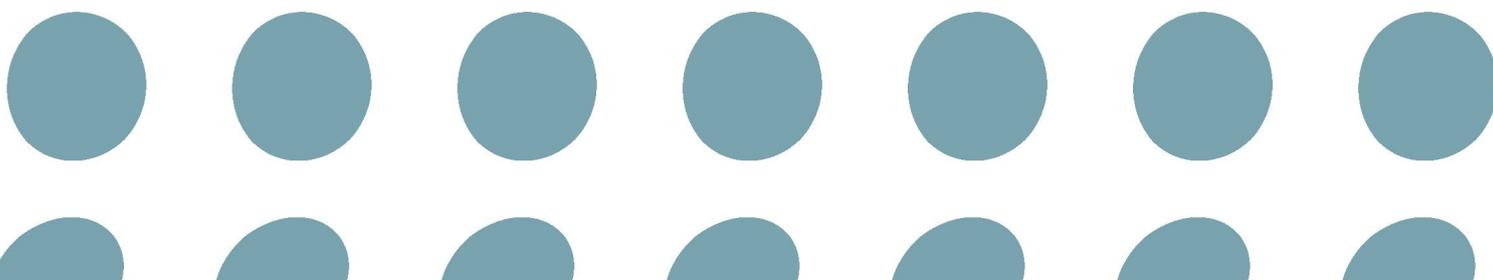
El Ayuntamiento de Vitoria ha realizado pequeñas pero importantes modificaciones en su **buzón ciudadano** (<http://www.vitoria-gasteiz.org/>).

Actualmente, las consultas, quejas y sugerencias son públicas (siempre y cuando el usuario lo permita), pudiendo tener acceso tanto a ellas, como a las respuestas dadas por los funcionarios o los comentarios del resto de visitantes.

Esta iniciativa contribuye a que las actuaciones sean más transparentes y generen mayor confianza entre los ciudadanos.

### Madrid 2.0

El Ayuntamiento de Madrid, dentro del programa “**Madrid 2.0**” ha lanzado **madripedia.es**, una enciclopedia libre virtual sobre la ciudad. Por otro lado, cuenta, al igual que Castilla y León, con la plataforma [ciudadanosdemadrid.net](http://ciudadanosdemadrid.net) de agregación de blogs ciudadanos.



## Bienvenido a la Madripedia



Nuestro propósito es la creación de la mayor enciclopedia libre sobre la ciudad de Madrid jamás escrita, donde pueda ser recogido el conocimiento sobre la historia e intrahistoria que esta ciudad ha generado desde su fundación.

Actualmente tenemos [1.920 artículos](#) y [1.549 imágenes](#)

IMAGEN DE MADRIPEDIA  
Fuente: madripedia.es

### En Holanda, siéntete en tu casa

En Holanda existe un espacio donde los ciudadanos pueden consultar sus datos y la información que les interese, así como realizar trámites con la administración (**PIP Project**). Así, tanto holandeses como daneses, podrán tener páginas web propias con las que podrán acceder a las instituciones públicas y saber cuándo tienen que renovar la documentación importante.

**Personal Internet Page o PIP Project** es una propuesta en la que se pueden concentrar todos los trámites de los ciudadanos con la Administración Pública. Pero este proyecto tiene limitaciones, ya que sólo hay aproximadamente 15 instituciones públicas que entran en este plan.

## Denunciar abusos burocráticos

El gobierno belga ha creado la página **kafka.be**, un medio donde además de potenciar la autocritica, se proporciona a los ciudadanos un espacio en el que denunciar los abusos burocráticos que algunos funcionarios cometen.

## Servicios de emergencias y web 2.0

Smart MOBS habla sobre el uso que hacen los bomberos de los Ángeles de Twitter<sup>57</sup> (<http://twitter.com/>) para notificar a los usuarios sus actuaciones y si están acudiendo a una llamada. Este departamento que empezó a tomar uso de la Web 2.0 tras los sucesos de Nueva Orleans de Agosto de 2005, cuando vieron las dificultades de la información en circunstancias de emergencia, está explorando otras funciones de la web 2.0 como los blogs, vídeos en YouTube, podcasts de radio en BlogTalkRadio y fotos en Flickr.

Rafael Chamorro opina que "es evidente que la Web 2.0 no es la solución a todos los males, pero si puede fomentar buenas prácticas para conseguir administraciones más cercanas, planas y transparentes. Donde no se tenga miedo a la crítica o la conversación con los ciudadanos. Donde los problemas no se esconden, sino que se conversan y se exponen soluciones, que pasadas por el filtro de la consulta pública sirven para estudiar diversas soluciones"

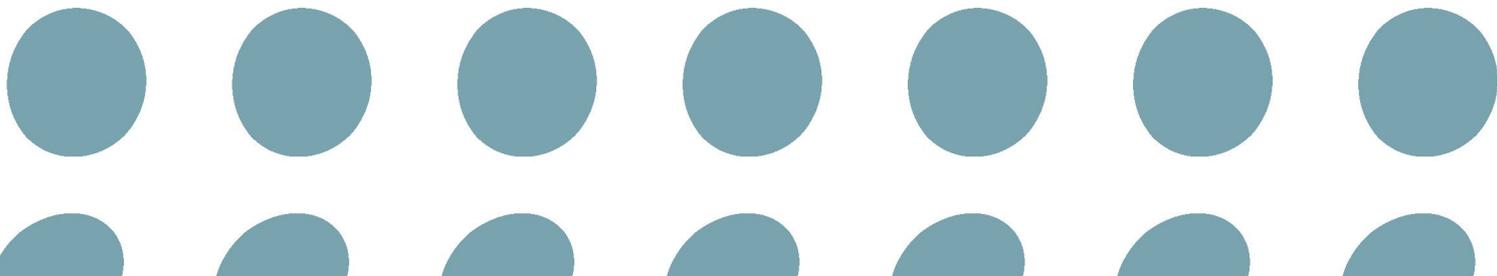
En resumen, la Web 2.0 puede proporcionar a la Administración un canal mucho más cercano, directo y rápido para comunicarse con las empresas y ciudadanos, permitiendo cooperar y coordinar actividades de una manera mucho más adecuada, en definitiva, una Administración próxima y participativa.

## 5.3 POLÍTICA 2.0

La web 2.0 no se queda al margen de la política. Sus herramientas son buen recurso para difundir los nuevos proyectos electorales y generar opinión y debate en los distintos sectores de la sociedad. Se convierte así, en un gran medio de comunicación de masas. Sirve como carta de presentación tanto personal como profesional y es capaz de generar una imagen cercana de los agentes implicados.

Distintos representantes políticos han hecho uso de los mundos virtuales. En esta plataforma se cuida hasta el más mínimo detalle. No se pasan por alto aspectos como la imagen del avatar o la sala de conferencias donde se dará el mitin. Se establecen unos horarios, se trabaja para que el poder de convocatoria sea elevado, se distribuyen las mesas para que la organización del público resulte sencilla y la imagen corporativa está presente en cualquier rincón, como si de una verdadera campaña se tratase. Llega el momento de salir a escena. Es entonces cuando el representante político da la bienvenida a los asistentes y comienza con su discurso, un discurso que es reforzado con proyecciones similares a las que aparecen en la televisión. Turno de preguntas, despedida y cierre.

<sup>57</sup> Twitter es un servicio de redes sociales y MicroBlogging que permite a sus usuarios enviar mensajes de sólo texto, con una longitud máxima de 140 caracteres vía SMS, mensajería instantánea.



Los mundos virtuales se asemejan a la realidad, pero abaratan costes. Evitan desplazamientos, la movilidad de un gran número de personas y la disposición de material, sin olvidar claro está, el ahorro de tiempo que supone a los candidatos, si tenemos en cuenta sus apretadas agendas.

No es, sin embargo, la única forma de interactuar con los ciudadanos. Las redes sociales como facebook han sido igualmente protagonistas. El político puede generarse su propio perfil y colgar sus fotos o propuestas. A partir de entonces, el público puede llegar a formar parte de su "grupo de simpatizantes o amigos" solicitando la entrada a este espacio, lo que a su vez le otorgará privilegios para insertar comentarios.

YouTube también ha estado presente. Los distintos partidos han creado canales específicos para ellos donde promocionan sus ideales y comparten vídeos. Pero quizá, la iniciativa más novedosa surgió cuando se hizo posible enviar las sugerencias y cuestiones de diversa índole a los representantes políticos con el fin de podérselas transmitir de primera mano.

No sería justo dejar de lado la posibilidad que brindan los blogs y demás herramientas colaborativas en sentido opuesto. Es decir, con estas aplicaciones no sólo se difunden ideas, sino que también surgen a partir de ellas. Las propuestas que los internautas lanzan en Internet pueden servir como fuente de información a los políticos, surgiendo de ellas posibles proyectos innovadores.

Podemos posicionarnos a favor o en contra de este tipo de iniciativas (determinados sectores más conservadores lo consideran poco serio), lo cierto es que todas las que han surgido, han tenido una enorme repercusión en los medios de comunicación tradicionales, ocupando primeros planos en prensa o televisión. ¿Se había parado a pensar en este efecto indirecto?.

## 5.4 CIUDADANOS 2.0

A lo largo de todo el estudio se ha venido haciendo hincapié en el papel que tienen los ciudadanos en la nueva web social.

Ellos son los pilares sobre los que se asienta esta filosofía; sin ellos, el propio concepto se desvanecería. Veamos alguna de las herramientas más utilizadas por los ciudadanos y sus posibles aplicaciones.

### Cuadernos ciudadanos

Tras la primera fase de "CiudadanosdeCastillaLeón", se puso en marcha, en febrero de 2006, una segunda, orientada a incrementar las posibilidades de participación de ciudadanos, políticos y asociaciones con la inclusión en el programa, de la plataforma "Cuadernos Ciudadanos". Esta plataforma, inspirada en el fenómeno "blog", permite a cada participante crear su propia publicación digital, vinculada a su municipio, en la que "colgar" libremente todo tipo de textos, enlaces e imágenes. A la fecha de cierre del presente estudio, se han creado hasta un total de 704 "blogs ciudadanos" con un balance provisional de 2145 artículos, 1635 fotografías y 4182 comentarios publicados por los distintos usuarios.

Jaime Estévez explica: "Esta iniciativa intenta que una comunidad tan hiperlocalizada como es Castilla y León con miles de municipios, tenga facilidades para encauzar los mensajes, las voces que propician cada uno de esos pequeños núcleos de población, cada uno de esos pequeños pueblos, villas, ciudades, sin intermediarios, sin necesidad de que los medios de comunicación tengan su propio corresponsal en cada uno de esos municipios, proporcionando a los habitantes de esos municipios la posibilidad de contar y compartir con aquellos a quienes les interese la realidad de ese municipio".



**Mombeltrán**cuadernosciudadanos.net  
un blog para cada ciudadano

Portada | Búsqueda de Cuadernos | Crear un cuaderno | Novedades | Qué son los cuadernos ciudadanos

Últimas anotaciones...  

**cibercentro de mombeltrán**

**17 de Mayo. Día Internacional de Internet**

El día 17 de Mayo fue el día internacional de Internet. Sábado, y nada en el cibercentro había actividades preparadas, con proposito de celebrar este día con toda la gente. En fin un desastre. Bien esta que mi labor en el Cibercentro es ser monitor de la sala y dar sustento a la misma, formación etc, pero tambien mi labor es animar a la gente a ser partícipe de las nuevas tecnologías. Ese día tenía preparado:

Taller para entrar, conocer y darse de alta como usuario en Second Life. La Comunidad ...

19/05/2008, 19:35 - [Envía tu comentario](#)

**unvillano**

**ya tenemos fecha para la romería**

Bueno ya tenemos fecha para la romería del camino de las pueblas. La verdad que el año pasado tuvimos una gran cantidad de gente que con devoción e intención salio todo genial. Hasta el tiempo nos acompañó hasta el último momento. A si que ya sabéis apuntad en la agenda, que no podemos faltar

**MI CUADERNO**

[Entrar](#)

[Crear un nuevo Cuaderno](#)

**CUADERNOS DESTACADOS**

[unvillano](#)

[cibercentro de mombeltrán](#)

[81 Escalones](#)

[El Tietar](#)

[sombbrero](#)

**ULTIMOS COMENTARIOS**

[...Y yo que viejo](#)  
19/05, 08:57

[el encargado](#)  
18/05, 16:56

CUADERNOS CIUDADANOS MUNICIPIO DE MOMBELTRÁN  
Fuente: <http://mombeltran.cuadernosciudadanos.net/>

## Portal Iníci@te

El objetivo general del Portal Iníci@te, accesible desde [www.iniciate.es](http://www.iniciate.es), es servir como herramienta de trabajo a la hora de emprender dinámicas de acercamiento a las TIC, un medio a través del cual desarrollar y ofrecer el Programa Iníci@te<sup>58</sup> a todos los ciudadanos.

<sup>58</sup> El **Programa Iníci@te**, gestionado por la Consejería de Fomento de la **Junta de Castilla y León**, ofrece a todos los ciudadanos, a través de la Red de Cibercentros de Castilla y León, formación **en Nuevas Tecnologías y uso inteligente de Internet** para todos los ciudadanos, pero especialmente para los que tienen mayor riesgo de exclusión digital y necesitan un apoyo para facilitar su incorporación a la Sociedad Digital del Conocimiento.

La página contiene información relativa a los servicios y actividades que Iníci@te pone a disposición de los ciudadanos, donde la formación ocupa un lugar privilegiado, y aquella otra que tiene que ver con la Red de Cibercentros de Castilla y León.

Como área de interés, aparecen los canales temáticos, espacios destinados a temas concretos que ofrecen recursos y material específico a todos los interesados. Cada uno de ellos con objetivos particulares. Véase a modo de ejemplo el canal seguridad y privacidad, servicios on-line, dinamizador o canal emprendedores.

Pero quizá la palabra que con mayor exactitud refleje la filosofía del portal, sea la **interactividad**, pieza clave en la denominada web 2.0 o red social, que enfatiza la colaboración online y la creación colectiva. La comunicación, pasa a ser multidireccional (todos emiten y reciben) frente a lo que hasta ahora primaba, la unidireccional (un autor emite y los demás reciben). Toda la página se ha concebido con un carácter práctico, con vocación de servicio al ciudadano. La información estática deja paso a la participación, en una plataforma abierta donde destacan los foros, los distintos blog, las comunidades virtuales, las votaciones semanales o el propio buzón de correo. Esto va a enriquecer el valor del sitio, haciendo posible un feedback o retroalimentación que beneficiará tanto a los gestores del programa como a los propios usuarios habituales. Se concibe como un punto de encuentro para todo tipo de públicos, donde ellos mismos se convierten en verdaderos protagonistas. El sentimiento de pertenencia que generan estos servicios, unidos a la posibilidad de expresar opiniones y ser tenidas en cuenta, consigue que los visitantes estén motivados y por ello “regresen”.

En definitiva, un sitio optimizado que brinda una gran cantidad de servicios, sin descuidar por ello la profesionalidad ni el diseño atractivo, donde los contenidos no se limitan a aquellos usuarios con conocimientos tecnológicos, un espacio en el que compartir, donde prima el acceso universal a la información.

### Redes sociales en la búsqueda de empleo

Las redes sociales profesionales están sustituyendo a las páginas personales donde la gente presenta su currículum en Internet.

Cada vez son más los profesionales de Recursos Humanos que buscan en estos espacios los perfiles que más se ajusten al puesto requerido. No hay que olvidar que estas comunidades agrupan a personas con intereses comunes, lo que facilita el primer filtrado en el proceso de selección. Además, se evitan los intermediarios, mostrando la información a los beneficiarios directos.

Podemos ir más allá. Basándonos en la teoría de los Seis Grados, si cualquiera de los miembros que conforman estos espacios, muestra públicamente su intención de buscar o cambiar de empleo, es posible que entre su grupo de iguales se encuentre alguien con la necesidad opuesta, o que al menos sea capaz de trasladar ese deseo a quien considere oportuno, haciendo de nexo de unión entre la oferta y la demanda.

Los ya consolidados portales de empleo son conscientes de que pueden ser desbancados por este tipo de herramientas en cualquier momento, por lo que algunos de ellos han optado por reciclarse e incluirlas como un servicio añadido. Este es el caso de Infoempleo

([www.infoempleo.com](http://www.infoempleo.com)), que presenta como novedad la posibilidad de invitar a compañeros de trabajo y profesionales del sector, a formar parte de tu propia red para que te escriban y den recomendaciones para mejorar tu currículum.



**Novedades Infoempleo**

**Invita a tus contactos y crea tu propia Red Profesional**

Mis contactos: Invita a compañeros de trabajo y profesionales de tu sector a formar parte de tu red de contactos. Podrás pedirles que te escriban una recomendación para mejorar la calidad de tu CV.

Mensajes: Envía y recibe mensajes, recomendaciones e invitaciones de tus contactos profesionales.

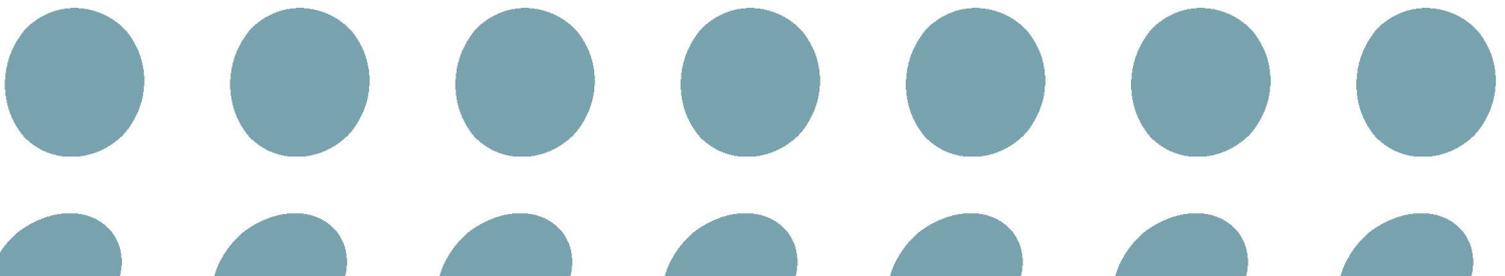
**Desarrolla tu Red Profesional** →

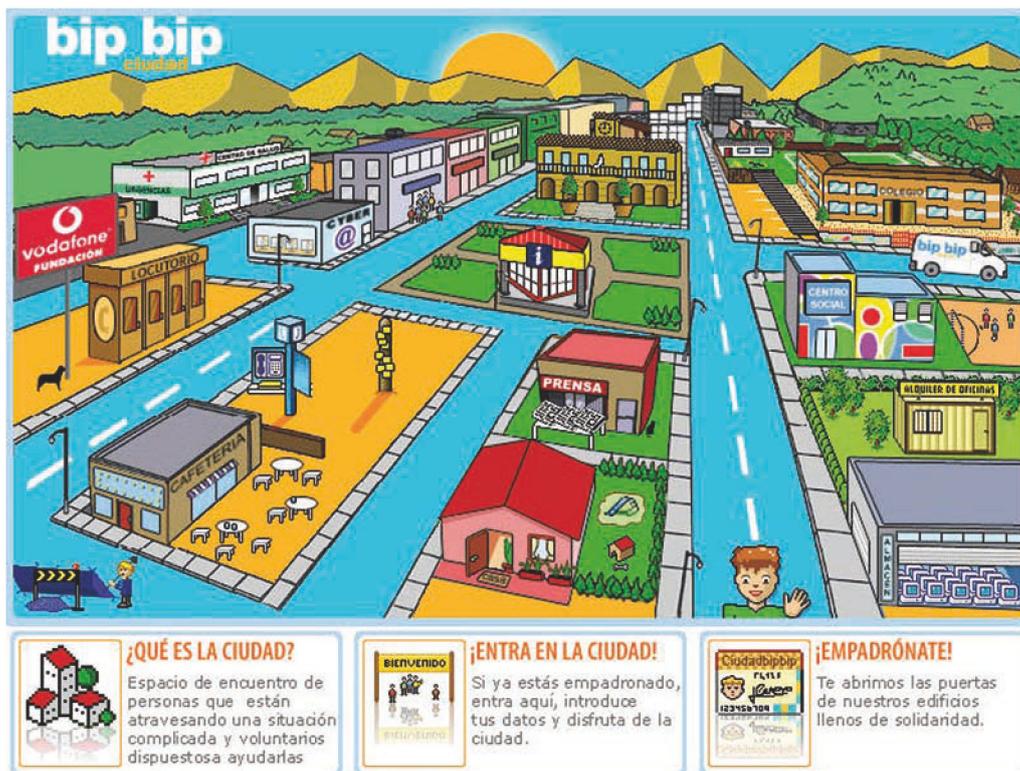
IMAGEN PUBLICITARIA SOBRE EL NUEVO SERVICIO DE INFOEMPLO  
Fuente: [www.infoempleo.com](http://www.infoempleo.com)

### Redes sociales de apoyo

Voluntarios y mundos virtuales se unen en la Ciudad Bip Bip ([www.ciudadbipbip.org](http://www.ciudadbipbip.org)), un punto de encuentro donde se dan cita asociaciones y personas que desean ofrecer y recibir ayuda.

Un espacio donde el tiempo libre se puede dedicar a los demás, donde los conocimientos y habilidades de los visitantes pueden ser aprovechados por el resto de la comunidad en los grupos de trabajo creados.





PÁGINA PRINCIPAL CIUDAD BIP BIP  
Fuente: [www.ciudadbipbip.org](http://www.ciudadbipbip.org)

La Fundación Bip Bip ha puesto en marcha esta iniciativa con el fin de fomentar la solidaridad y el voluntariado. En ella tienen cabida tres perfiles diferenciados:

- Voluntarios: que ayudarán sin moverse de casa.
- Personas con alguna dificultad social: recibirán ayuda y podrán compartir problemas y experiencias con personas que se encuentran en la misma situación.
- ONG: a las que se les ofrece una herramienta útil con la que compartir información con otras organizaciones, crear grupos de trabajo on line o captar voluntarios para los colectivos que atienden.

## Sistemas de votación

Los sistemas de votación, son sistemas que permiten la valoración de los distintos contenidos que se presentan en Internet.

Un claro ejemplo lo encontramos en Menéame (<http://meneame.net/>). En este portal, es posible hacer comentarios o publicar noticias que posteriormente serán evaluadas por el resto de la comunidad. En función de la votación (meneo) que obtengan, ocuparán o no, un lugar destacado en la página.



178  
meneos

**Gimp 2.5 Ha visto la luz**

thexayon.wordpress.com/2008/04/14/versionitis-gimp-25/  
por XayOn hace 3 horas 6 minutos, publicado hace 2 horas 43 minutos

menéalo Lanzamiento de gimp 2.5 y como compilarlo en lenny en tan solo un cuarto de hora.

43 comentarios | en: tecnología, software libre | karma: 727

EJEMPLO DE NOTICIA EN EL PORTAL MENÉAME

Fuente: <http://meneame.net/>

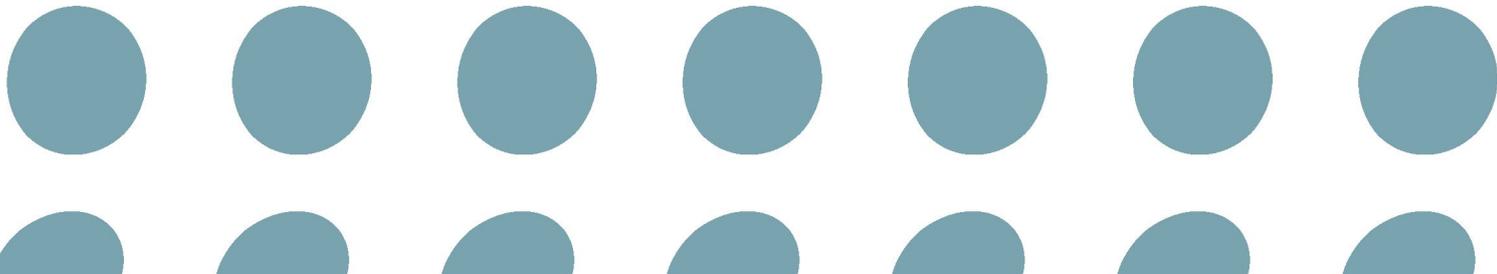
Este procedimiento ha sido utilizado como complemento a distintos sitios web, como portales de turismo, donde la votación se centra en la opinión que merecen hoteles en los que los usuarios se han alojado, noticias, entradas de blogs o contenidos concretos.

Las acciones que lleven a cabo el resto de usuarios pueden influir directamente en el registro y visualización de esta información. Así nos inclinaremos por uno u otro establecimiento, en función de la nota recibida, o visitaremos determinada ciudad y no otra, si el número de recomendaciones asciende al doble de lo que se considera como línea base.

## Compartir conocimiento

**Yahoo! Respuestas** es un servicio on-line gratuito donde los usuarios pueden preguntar y responder sobre diversos temas. Es un repositorio de información basado en las experiencias de cada cual, compartiendo y expandiendo el conocimiento de los usuarios. Después de un año de servicio, Yahoo! Respuestas cuenta con más de 90 millones de usuarios únicos en el mundo y alrededor de 2 millones de usuarios en España. Desarrollado en torno a la búsqueda social, su objetivo es poner en contacto al usuario de Internet con la información que está buscando y con aquellos que la poseen.

Esta misma red permitirá a ciertos usuarios establecerse como "expertos" en temas específicos, ya que el servicio proporciona a los internautas la capacidad de valorar las mejores respuestas para cada pregunta.



El funcionamiento de Yahoo! Respuestas es sencillo:

- El usuario puede realizar una pregunta sobre la temática que más le interese.
- Responde y comparte sus conocimientos con el resto de la comunidad de usuarios.
- Descubre un nuevo conocimiento humano, basado en las experiencias y conocimientos personales de otros usuarios.

En la siguiente imagen se muestra la página principal de este servicio.



PÁGINA PRINCIPAL DE YAHOO!  
Fuente: www.es.answers.yahoo.com

## 5.5 EDUCACIÓN 2.0

Las nuevas tecnologías hace tiempo que visitaron los centros de enseñanza y lo hicieron con la finalidad última de integrarse en los procesos de aprendizaje. La falta de información o de conocimientos técnicos, la resistencia al cambio por parte de los docentes o el desconocimiento de su utilidad, han hecho que sus enormes posibilidades no hayan sido explotadas en las aulas.

Hasta no hace demasiado, resultaba complicado diseñar herramientas adaptadas a las necesidades de los alumnos. En Internet, los discentes eran meros lectores. Su potencial como herramienta de consulta era innegable pero su contribución al proceso educativo, escasa.

La extensión del concepto Web 2.0 ha abierto nuevas puertas en el campo de la enseñanza, convirtiendo a los alumnos en los protagonistas de su propio desarrollo formativo.

Gracias a la simplicidad de las aplicaciones integradas en esta filosofía, los docentes pueden incluir en sus diseños curriculares, sin necesidad de ser un experto en la materia, nuevas herramientas que favorezcan la cooperación, la discusión, la resolución de problemas y la participación de todos y cada uno de los alumnos.

El aprendizaje colaborativo tendrá éxito siempre y cuando el profesor, convertido en este caso en guía, apueste por un cambio en la metodología pedagógica basándose en la construcción conjunta del conocimiento.

El contenido de las unidades didácticas puede ser subido al blog del docente (en educación se denominan edublog), para su consulta. Éste podrá colgar, a su vez, enlaces que complementen el temario y prácticas para que sean descargadas por el colectivo destinatario.

Con los podcast se afianzarán los conceptos más relevantes, sirviéndose del audio y vídeo para reforzar la asimilación de contenidos.

Los ejercicios pueden ser resueltos tras un proceso de investigación y filtrado de las distintas páginas web o foros especializados. Los datos recogidos se contrastarán con los que aparecen en la Wikipedia para, si existe algún tipo de desviación, proceder a la modificación del artículo.

La actitud crítica de los alumnos se verá reforzada, mostrándoles a todos ellos la importancia de contrastar la información con fuentes documentales fidedignas.

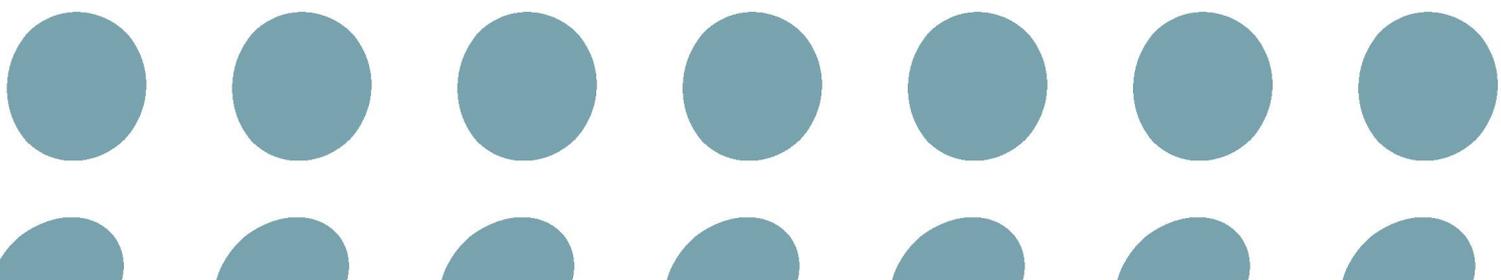
Las redes sociales facilitarán el contacto con el resto de compañeros, y gracias a herramientas como scrib, se podrán compartir las creaciones con ellos, llevándose a cabo un feedback que reportará en beneficio de todos. La capacidad del alumno a trabajar en grupo y a desarrollar estrategias colaborativas se constituye como un elemento esencial en el proceso educativo.

Finalmente, podrán de nuevo volver al blog inicial para rebatir o afirmar el supuesto práctico del que partieron, introduciendo el post oportuno para que sea visto por el grupo de iguales. En este punto, podrán evaluarse aspectos tales como la redacción y la calidad de la escritura, el nivel de análisis del tema tratado, la manera de plasmar las ideas, etc.

En definitiva, los alumnos, habrán podido aprender creando, interactuando, investigando y colaborando.

Un proyecto que lleva funcionando varios años y que ha recibido una excelente acogida por parte de la comunidad estudiantil es el **Rincón del Vago**<sup>59</sup>, portal que partió de un grupo de jóvenes salmantinos que decidieron compartir trabajos académicos. Su uso se ha extendido a nivel nacional y su éxito radica, además de en su simplicidad, en la colaboración continua de los propios interesados, quienes de modo desinteresado aportan contenidos que pueden ser re-utilizados por el resto de los internautas.

59 Galardonado en los Premios Internet de Castilla y León, año 2000, en la categoría empresas.



**RESOPLA**<sup>60</sup>: es una **Red Social Pública de Apoyo a las Escuelas** que pretende, mediante el uso de las tecnologías y herramientas actuales existentes en Internet, crear una red social en el ámbito escolar que potencie, de manera eficiente, útil y colaborativa, la creación y distribución de contenidos de calidad.

Greenpeace ofrece en su **foto denuncia**<sup>61</sup> la posibilidad de criticar todas aquellas acciones que vayan en contra del medio ambiente. De un modo similar, algunos centros de enseñanza, podrían crear portales donde se animase a los alumnos a que analizaran su entorno más cercano, denunciando todo aquello que no respete la naturaleza. ¿No es una buena forma de comprometerse y aplicar lo aprendido en la asignatura “conocimiento del medio”?

Aún hay más, los mundos virtuales pueden ser utilizados para fomentar las relaciones sociales desde la escuela, el trabajo en grupo, y desarrollar la conciencia social y la apertura mental.

UNICEF junto a GameLab, ha creado el juego sobre **El costo de la vida “Ayiti”**<sup>62</sup>, con el fin de ayudar a pensar estratégicamente, tomar decisiones, equivocarse y aprender haciendo. Se parte de distintas hipótesis que debemos corroborar.

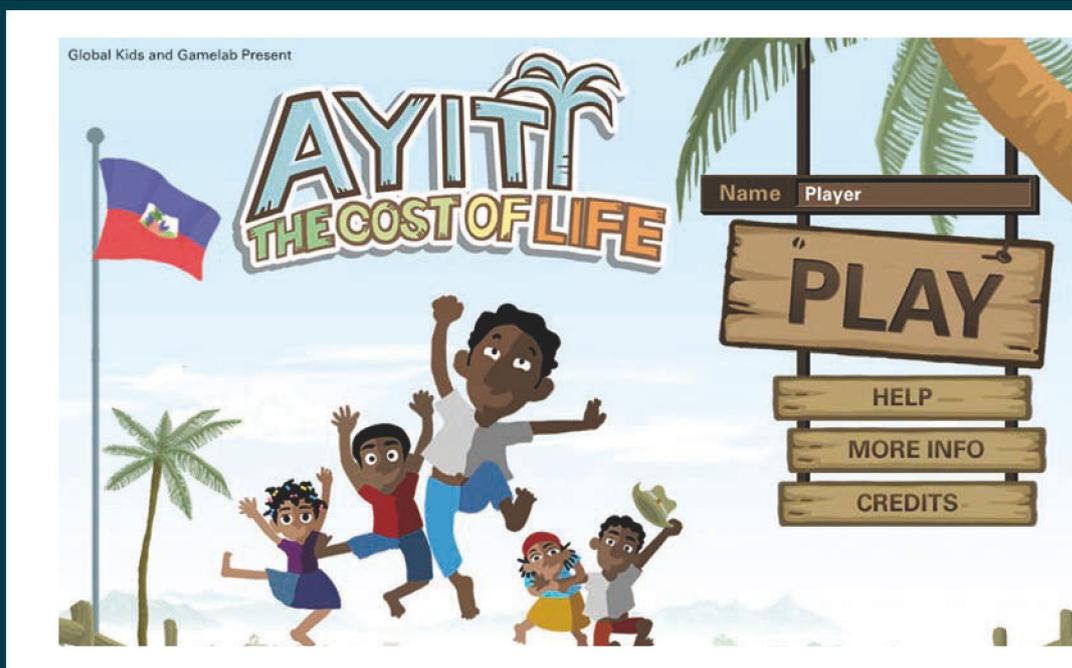


IMAGEN DEL JUEGO AYITI  
Fuente: [www.unicef.org](http://www.unicef.org)

60 Proyecto desarrollado por Cedetel, financiado y cofinanciado por el Ministerio de Industria, Turismo y Comercio y la Junta de Castilla y León respectivamente.

61 <http://fotodenuncia.greenpeace.es/>

62 [http://www.unicef.org/voy/explore/rights/explore\\_3142.html](http://www.unicef.org/voy/explore/rights/explore_3142.html)

No olvidemos, teniendo en cuenta lo dicho, que si adoptamos este cambio en la metodología y hacemos uso de las nuevas tecnologías, estaremos trabajando desde los centros de enseñanza, en la alfabetización digital y contribuyendo de este modo, a la reducción de lo que hoy conocemos como exclusión digital.

## Teleformación o e-learning 2.0

Hoy en día, también deben plantearse cambios en las plataformas de teleformación. Un Entorno Personal de Aprendizaje (Personal Learning Environment) se constituye como la opción más adecuada, donde el diseño se ajusta a las necesidades del alumno, donde las actividades y demás recursos puestos a disposición de la comunidad educativa, puedan visualizarse en función de las circunstancias que rodeen a cada uno de los discentes.

Moodle, el sistema de e-learning más conocido, basado en software libre, en sus nuevas versiones plantea este tipo de posibilidades (aprendizaje individualizado en función de conocimientos previos, camino recorrido, resultados de actividades realizadas, el estilo de aprendizaje...). Es la herramienta elegida por la Junta de Castilla y León para la puesta en marcha de la plataforma de teleformación Iníci@te On-Line. Su dinamismo y sencillez hacen de ella, el espacio idóneo donde adquirir nuevos conocimientos y habilidades.

La Junta de Castilla y León, en la convicción de que la teleformación es un instrumento eficaz para acercar el conocimiento a la ciudadanía, ha desarrollado, dentro del programa INÍCIATE<sup>63</sup>, la **plataforma gratuita de teleformación Iníci@te On-line** (<http://iniciateonline.jcyl.es>), con el objetivo de que los ciudadanos puedan disponer, a través de ella, de la posibilidad de aprender con mayor autonomía utilizando las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) a su alcance.



PÁGINA PRINCIPAL PLATAFORMA INÍCI@TE ON-LINE  
Fuente: <http://iniciateonline.jcyl.es>

63 El Programa Iníci@te de la Consejería de Fomento de la Junta de Castilla y León, ofrece a todos los ciudadanos, autónomos y pequeños empresarios de la Comunidad, formación presencial y formación on-line gratuita en Nuevas Tecnologías y Uso Inteligente de Internet, facilitando así su incorporación a la Sociedad Digital del Conocimiento.



Iníciate On-line ofrece cursos de formación relacionados con el **Uso Inteligente de Internet y de las Nuevas Tecnologías**.

Aunque la plataforma se dinamiza principalmente a través de la Red de Cibercentros de Castilla y León, cualquier ciudadano puede recibir sus cursos, no sólo a través de la infraestructura de acceso que ofrecen los más de 700 cibercentros dispersos por toda nuestra geografía, sino también conectándose desde su casa, trabajo, colegio, asociación o cualquier lugar desde el que puedan disponer de acceso a Internet.

El proceso de formación de Iníciate On-line tiene un carácter interactivo. Los profesores/dinamizadores de los cursos, son los encargados de suministrar los recursos que facilitan el acercamiento a las TIC de los participantes y, a través de una comunicación natural, de guiarles adecuadamente durante el desarrollo de su aprendizaje para que puedan conseguir un correcto aprovechamiento del curso. Cada uno está tutorizado por dos profesores que resolverán las dudas planteadas a través del correo electrónico en un plazo máximo de 24 horas.

Uno de los inconvenientes que habitualmente se atribuyen a la teleformación es el riesgo de altos porcentajes de abandono. El abandono por desánimo del alumno puede venir originado por sentimiento de soledad, falta de motivación, o dificultad asociada a una escasa experiencia en el manejo de las TIC.

Para hacer frente a estas circunstancias, la metodología de Iníciate On-line ha diseñado un sistema de seguimiento que permite identificar, desde el primer momento, los problemas que puedan tener determinados alumnos/as para seguir el desarrollo del curso.

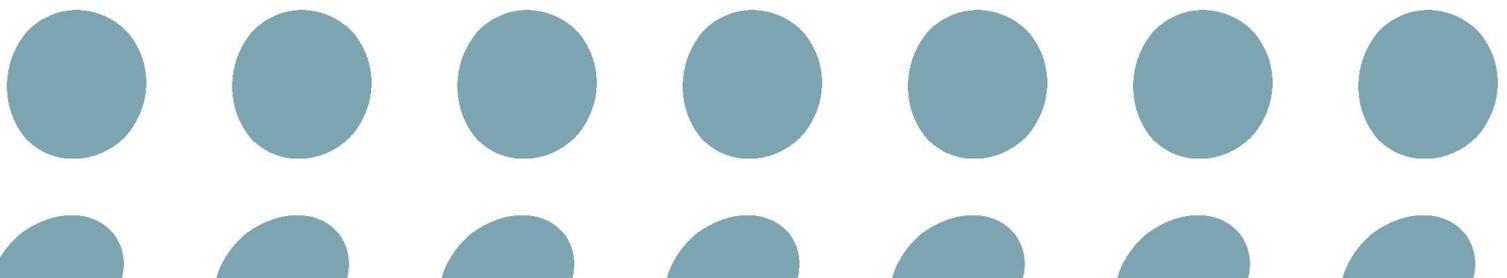
## 5.6 BANCA 2.0

Este sector sea quizá el menos receptivo a los cambios Web 2.0, porque no cabe duda que, cualquier modificación sustancial en los procesos o metodología de trabajo, supone asumir ciertos riesgos, frente a la estabilidad que a día de hoy, tienen las entidades bancarias.

La **banca tradicional** es posiblemente la que menos transformación ha sufrido, pero aún así, ya cuenta con experiencias piloto cuyo principal fin es encontrar, tras un período de investigación, un nuevo modelo de negocio que permita a las entidades financieras posicionarse en el mercado.

Este es el caso de **El Banco Sabadell**, que en colaboración con **IBM**, ha lanzado un laboratorio para explorar las posibilidades que en el sector financiero tiene la web 2.0. Según aparece en el sitio (<http://labs.bancosabadell.com>), la unidad de Innovación del citado banco presentará a partir de ahora nuevas soluciones fruto de su actividad, con el objetivo de tratarlas en un entorno más colaborativo.

Por el momento ofrecen un blog donde se pueden ver las ideas en la web y servicios móviles que están desarrollando. Cuentan, además con la posibilidad de sindicarse a dos tipos de feeds (Sala de prensa e Información Financiera) y localizar las oficinas del grupo mediante Google Maps.



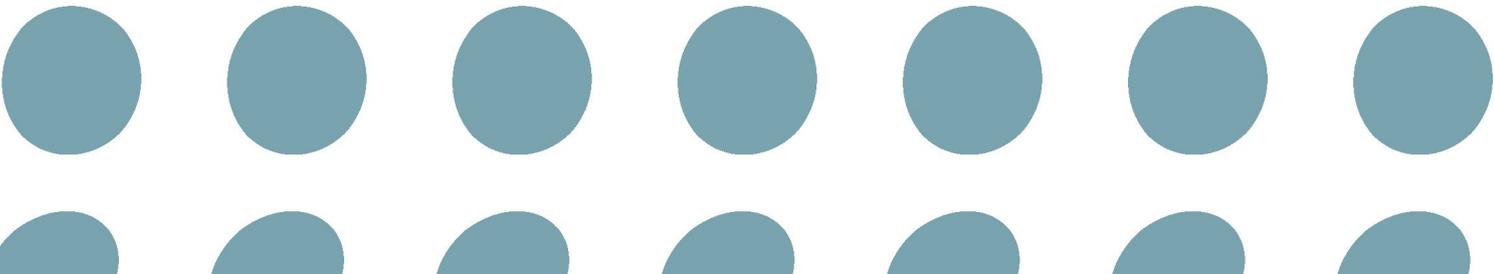


PÁGINA PRINCIPAL DE LABS BANCO SABADELL  
Fuente: <http://labs.bancosabadell.com>

A pesar de que las entidades bancarias con sedes físicas siguen siendo necesarias para al menos los sectores más conservadores, no debemos pasar por alto que el entorno virtual ofrece grandes ventajas difícilmente asumibles por las primeras. Las sucursales deben tener presencia en Internet, entre otras cosas, por ser un medio cada vez más utilizado por la sociedad, pero además, porque aseguran la visibilidad de su marca y por qué no, su carácter innovador y emprendedor, haciendo un gran esfuerzo por ajustarse a las necesidades de sus clientes. Tal vez, estas sean algunas de las razones por las que bancos como Deutsche Bank, se dejasen ver por Second Life, abriendo oficinas y poniendo a disposición de los avatares, sus cajeros automáticos.



CAJERO AUTOMÁTICO DE ROYAL DUTCH BANK EN SECOND LIFE  
Fuente: Second Life



Dejando a un lado lo más tradicional, tendríamos lo que algunos ya han bautizado como **bancos P2P**. En este nuevo modelo de servicios, se eliminan los intermediarios y se trabaja de igual a igual. Es decir, desaparecen las entidades bancarias y la relación se establece entre iguales. A estas alturas del texto, el lector habrá sido capaz de deducir la importancia de las redes sociales en este punto.

**Zopa** ([www.zopa.com](http://www.zopa.com)) es un punto de encuentro donde coinciden personas que necesitan dinero para desarrollar sus ideas, con aquellas otras que cuentan con él. Los préstamos entre particulares buscan encontrar las mejores condiciones, prescindiendo para ello de los bancos.

La diferencia con **Prosper** ([www.prosper.com](http://www.prosper.com)) es que en este caso, el prestamista elige a su prestatario.

Por otro lado nos encontramos con **MoneyTrackin** ([www.moneytrackin.com](http://www.moneytrackin.com)) con versión en español, donde los clientes lo que buscan es mejorar la gestión de su dinero y comparar los servicios ofertados por distintas entidades bancarias.

moneytrackin'  
Contabilidad online para gente real

Tour Regístrate

Usuario:   
Contraseña:   
Login Recordarme   
(¿Has olvidado tu password?)

Explora nuestro blog, el mapa mundi del ahorro (también en Google Earth) o los consejos más populares en tu idioma.

Contabilidad	Comunidad	Ahorrar dinero
<p>➤ Gestiona tu dinero fácilmente desde cualquier lugar. Importa tus datos desde tu banco u otros programas financieros.</p>	<p>➤ Forma parte de nuestra comunidad entrando tus consejos para ahorrar dinero o tus sitios favoritos para los mejores ofertas.</p>	<p>➤ Aprende nuevas formas de ahorrar dinero con consejos de todo el mundo relevantes conforme tu uso del dinero y tu localización.</p>

Último tweet: We've hit another milestone! our users have entered more than 3 million transactions, more precisely around 3,050,000 currently ( 11 días 7 horas atrás) ¿qué es ésto?

PÁGINA PRINCIPAL DE MONEYTRACKIN  
Fuente: [www.moneytrackin.com](http://www.moneytrackin.com)

Para finalizar, destacar las novedades surgidas en el pago entre particulares. **Ebay** ([www.ebay.com](http://www.ebay.com)) es el principal referente y quien decidió poner en marcha el nuevo modelo haciéndose cargo de Paypal ([www.paypal.com](http://www.paypal.com)). **PayPal** permite a los usuarios enviar dinero a cualquier persona que disponga de dirección de correo electrónico. PayPal es un servicio gratuito y seguro para realizar pagos de forma más rápida que mediante cheques o giros postales.

Uno de los principales temores de los ciudadanos es el tener que facilitar datos de la tarjeta. A través de PayPal estos datos no se facilitan directamente al vendedor sino a un tercero de confianza que actúa de intermediario financiero, de manera que es dicho intermediario quien paga al vendedor el bien o el servicio. Es un método muy extendido con más de 100 millones de usuarios en el mundo.

Similar a Paypal es Google Checkout (<https://checkout.google.com>), que permite, tras estar registrado (es necesario tener una cuenta indicando los datos personales y el número de tarjeta de crédito) hacer cualquier tipo de compra sin necesidad de introducir en cada una de ellas, nuestro número de tarjeta de crédito. Será suficiente con una contraseña para que el proceso se lleve a cabo satisfactoriamente (para ello es imprescindible que la tienda acepte el servicio). Ambas pasarelas de pago nacieron para proteger las tarjetas del usuario de Internet y facilitar el proceso de compra.

Los ejemplos descritos en este apartado, al igual que en el resto del estudio, son sólo una mínima representación de los que podemos encontrarnos navegando por la red.

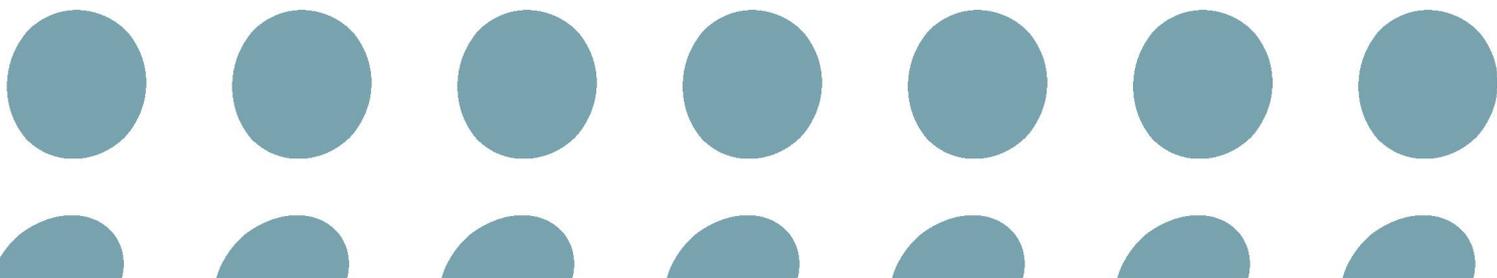
## 5.7 TRAVEL 2.0

El sector turismo no se puede quedar al margen de los cambios que está sufriendo la web. La evolución de los sitios de viajes en Internet se ha convertido en un hecho.

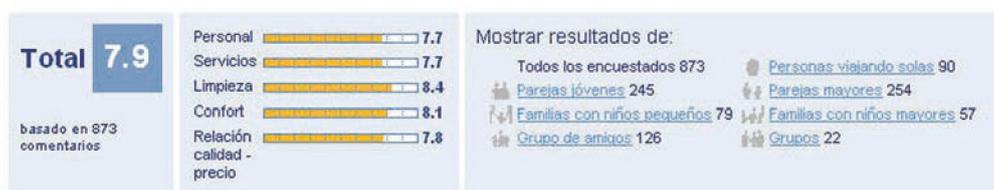
Ya no es suficiente con un diseño atractivo de la interfaz donde se refleje la imagen de marca de determinada agencia o donde el usuario pueda visualizar el último catálogo con la amplia oferta de destinos.

Los usuarios no se conforman con ser meros lectores o consumidores de información, lo que necesitan es aumentar su grado de implicación, de participación, poder contrastar todo aquello que se plasma en la web, ver si lo que en ella se expone se identifica plenamente con la realidad y qué mejor modo de hacerlo que con la experiencia de otras personas con expectativas similares. No es de extrañar que se de mayor credibilidad a los datos que nos aporte el grupo de iguales que, a aquellos otros que provengan de entidades con intereses económicos manifiestos. Podríamos afirmar que lo que sigue existiendo es el “boca en boca” de años atrás con la gran diferencia de que Internet aumenta el impacto en la sociedad, llegando a un público objetivo que hasta ahora hubiese sido inimaginable.

La web 2.0 se convierte en un recurso más para cualquier entidad implicada en este sector, donde difundir sus servicios. Es una forma económica de promoción que obtiene resultados directos sobre el usuario, pero también es un medio de presión que permite acabar con la publicidad engañosa y favorece por contra, la transparencia en los productos.



Esto se consigue gracias a herramientas colaborativas en las que los internautas comparten con el resto de miembros de la red, imágenes de los establecimientos o comentarios y puntuaciones acerca de las instalaciones donde se han alojado. Así, existen portales donde el interesado puede comparar las fotografías realizadas por viajeros, con aquellas otras realizadas por auténticos profesionales (agencias de publicidad por ejemplo) cuya labor principal es despertar sensaciones entre posibles clientes. ¿Cuál le sugiere mayor credibilidad? ¿Su elección no se vería influenciada si, una de esas fotografías “no profesionales” mostrase un espacio totalmente distinto al que nos quieren vender?.

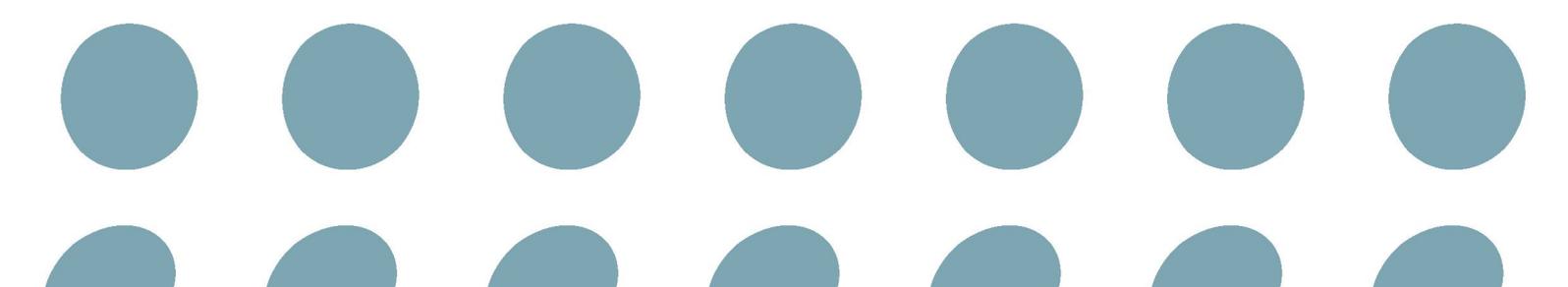


SISTEMA DE VOTACIÓN DE HOTELES EN BOOKING.COM  
Fuente:www.booking.com

Por otro lado, cuando el usuario es potencial viajero, es decir, cuando muestra interés y se siente motivado para viajar, llevará a cabo una labor de investigación y recapitulación de datos de interés que permitan organizar su estancia. Visitará páginas, visualizará fotografías, descargará vídeos y leerá opiniones. Hasta no hace demasiado, los paquetes de viajes estaban cerrados. Hoy cabe la posibilidad de dibujárselos a medida. Veamos.



PÁGINA PRINCIPAL DE PANORAMIO  
Fuente: www.panoramio.com



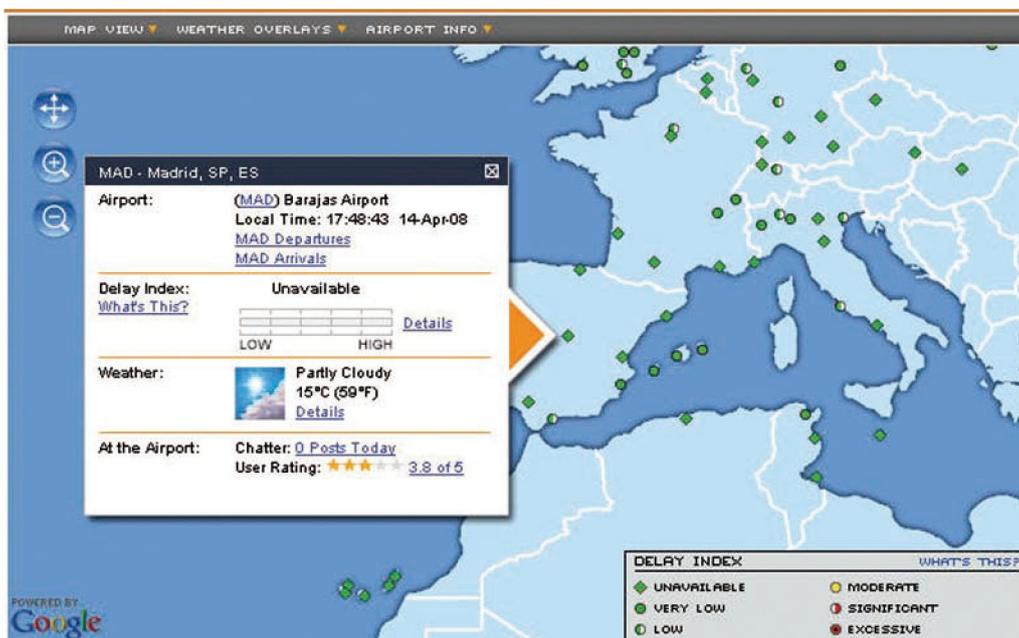
Yahoo Viajes (<http://es.viajes.yahoo.com/>) por ejemplo, informa sobre el destino, busca restaurantes y compara precios, pero además, una de sus secciones orientada plenamente al usuario (Mis Viajes), permite publicar y compartir guías turísticas creadas por ellos, que son susceptibles de ser votadas. Este portal combina distintas funcionalidades (lo que en la primera parte del estudio se denominó mashup) como son las fotos de Flickr o los mapas de Google que ilustrarán con imágenes, anotaciones y comentarios los puntos de interés.

Panoramio (<http://www.panoramio.com/>), Tripadvisor (<http://www.tripadvisor.es/>), Rrove (<http://www.rrove.com/>) y un largo etcétera mantienen una línea similar. La implicación de los usuarios es fundamental para dar sentido a este tipo de portales.

La Vía Michelin ([www.viamichelin.es](http://www.viamichelin.es)) permite calcular itinerarios, crear y compartir direcciones e incluso localizarlas en un mapa o exportar a tu navegador.

Una curiosa iniciativa que puede ser de utilidad si lo que tenemos es un vuelo programado, es Flightstats (<http://www.flightstats.com/>), una manera rápida y visual de comprobar en qué estado se encuentra el aeropuerto de partida (si los vuelos se han retrasado o cancelado).

Las estrategias de márketing que adopte la empresa turística en esta etapa, son fundamentales para “convencer” sobre la idoneidad del producto. Si resultan exitosas, de intención se pasará a la acción. En este proceso, los blogs, podcast o la publicidad contextual pueden ser de gran ayuda.



SERVICIO OFRECIDO POR FLIGHTSTATS  
Fuente: [www.flightstats.com](http://www.flightstats.com)

Pero quizá, la diferencia más notoria con lo que venía sucediendo hasta ahora, es lo que podemos llamar **experiencias post viajes**.

La retroalimentación es una pieza clave en esta nueva forma de hacer las cosas. Los viajeros igual que solicitaron información, la cuelgan a la vuelta para que pueda ser vista por quien lo desee. Así, de nuevo aparecen sus fotografías o crean sus propios blogs o utilizan portales como Nomaders ([www.nomaders.com](http://www.nomaders.com)) para enviar sus relatos (cabe citar aquí la posibilidad de sindicarte a los contenidos para recibir las actualizaciones).

Todos estos contenidos quedarán publicados y etiquetados para que resulte sencilla su localización.

En definitiva, lo que realmente capta la atención de los viajeros ya no es tanto la publicidad que parte de las empresas turísticas, éstas pasan a situarse en un segundo plano, sino la opinión de aquellos otros compañeros que en su día vivieron experiencias similares a las que ahora nosotros buscamos.

Pero no todo tiene que ver con la preparación de itinerarios de viaje. Publicitar las ciudades, sus recursos, sus monumentos o sus leyendas en Internet puede fomentar el turismo, lo que redunda directamente en la economía de una localidad. Repasemos dos ejemplos concretos.

**MIMOA** ([www.mimoa.eu](http://www.mimoa.eu)) es una guía de arquitectura europea donde se presentan mapeados más de 1000 edificios de interés arquitectónico. Además de contar con sus fotografías y estar localizados en un mapa, los usuarios pueden dejar cualquier aportación o comentario e incluso votar por aquellos que considere más interesantes. Su nivel de personalización te permite, como una opción más, visualizar sólo aquellos que hayas visitado.



Home < Projects < Spain < Madrid < El Mirador de Sanchinarro

## EL MIRADOR DE SANCHINARRO

BLANCA LLEÓ ASOCIADOS, MVRDV

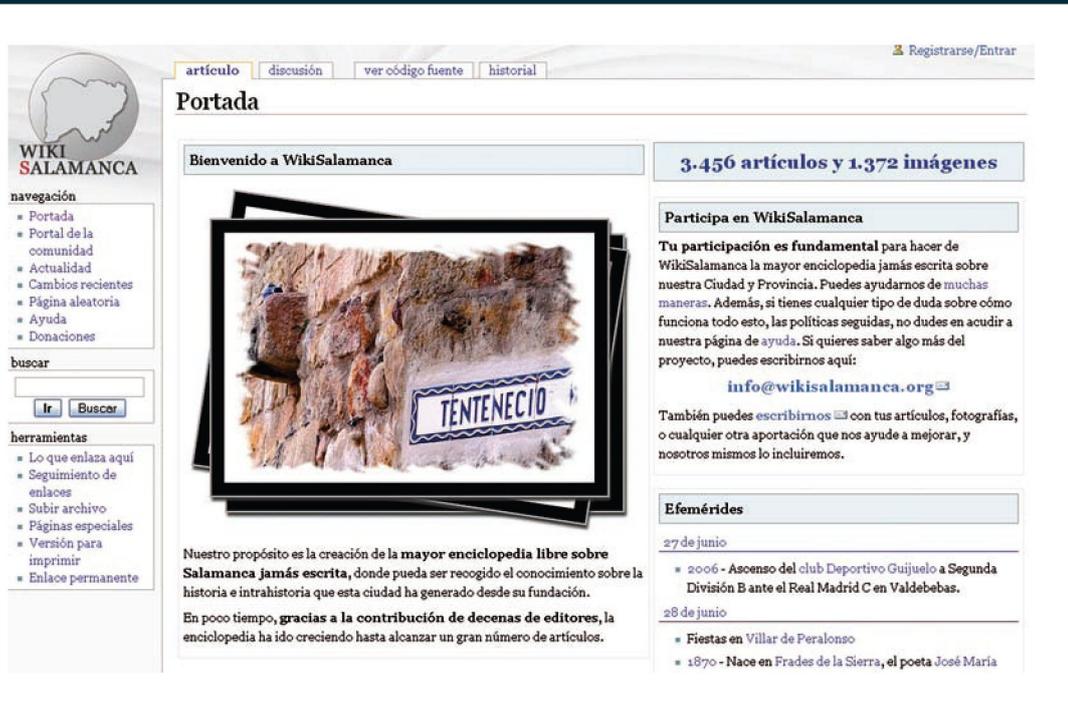
location **Madrid**  
function **housing, social housing, square**  
contributed by **Miele**

This 22 level building, called Mirador, is located in Sanchinarro, a residential suburb on the north east edge of Madrid surrounded by highways and with views towards the Guadarrama Mountains. The most impressive element of the building is the incredible gap of its shape, which acts as a frame for the distant landscape. The large communal plaza and lookout at 40 m above the ground is meant to be used by the neighborhood as a meeting area and playground. The Mirador contains a wide variety of compact housing types, in total 156 units. The architects created a distinctive silhouette by grouping nine blocks. The articulation of these blocks is apparent in the exterior palette, equal parts stone, concrete and tile. The strips of red indicate the corridors. The way the nine blocks are stacked and glued together, they make up a new towering impressive 'superblock' (MVRDV). Blanca Lleó asociados from Madrid were responsible for directing the works.



PÁGINA PRINCIPAL DE MIMOA  
Fuente: [www.mimoa.eu](http://www.mimoa.eu)

Buscando referencias en Castilla y León, destaca el proyecto **Wikisalamanca**<sup>64</sup>. Esta enciclopedia libre, enmarcada en un nuevo movimiento llamado locapedias, apareció con el fin de dar a conocer la ciudad charra y su provincia, llegando en poco tiempo a contemplar 3.400 artículos y más de 1.300 fotografías y vídeos.



WIKI SALAMANCA

navegación

- Portada
- Portal de la comunidad
- Actualidad
- Cambios recientes
- Página aleatoria
- Ayuda
- Donaciones

buscar

Ir Buscar

herramientas

- Lo que enlaza aquí
- Seguimiento de enlaces
- Subir archivo
- Páginas especiales
- Versión para imprimir
- Enlace permanente

artículo discusión ver código fuente historial

Regístrate/Entrar

## Portada

Bienvenido a Wikisalamanca

3.456 artículos y 1.372 imágenes

Participa en Wikisalamanca

Tu participación es fundamental para hacer de Wikisalamanca la mayor enciclopedia jamás escrita sobre nuestra Ciudad y Provincia. Puedes ayudarnos de muchas maneras. Además, si tienes cualquier tipo de duda sobre cómo funciona todo esto, las políticas seguidas, no dudes en acudir a nuestra página de ayuda. Si quieres saber algo más del proyecto, puedes escribirnos aquí:

[info@wikisalamanca.org](mailto:info@wikisalamanca.org)

También puedes escribirnos con tus artículos, fotografías, o cualquier otra aportación que nos ayude a mejorar, y nosotros mismos lo incluiremos.

Efemérides

27 de junio

- 2006 - Ascenso del club Deportivo Guijuelo a Segunda División B ante el Real Madrid C en Valdebebas.

28 de junio

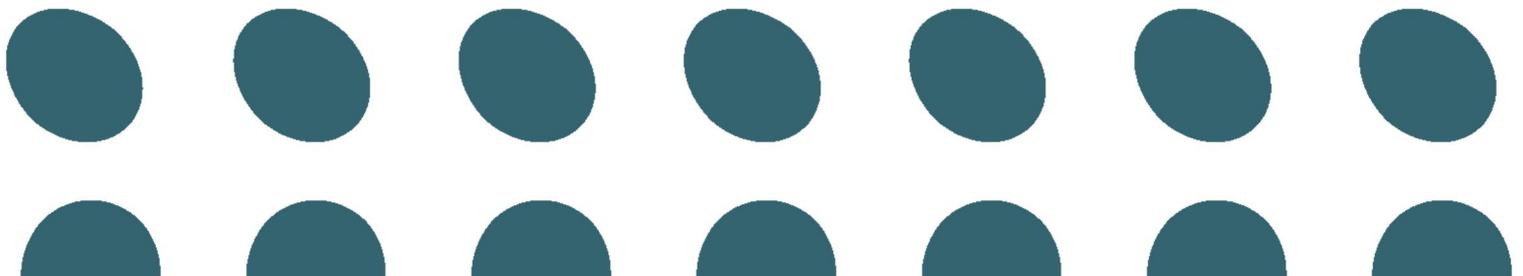
- Fiestas en Villar de Peralonso
- 1870 - Nace en Frades de la Sierra, el poeta José María

Nuestro propósito es la creación de la mayor enciclopedia libre sobre Salamanca jamás escrita, donde pueda ser recogido el conocimiento sobre la historia e intrahistoria que esta ciudad ha generado desde su fundación.

En poco tiempo, gracias a la contribución de decenas de editores, la enciclopedia ha ido creciendo hasta alcanzar un gran número de artículos.

PORTADA DE LA WIKISALAMANCA  
Fuente: [www.wikisalamanca.org](http://www.wikisalamanca.org)

64 Proyecto galardonado en los Premios Internet 2007, modalidad "Promoción del español y cultura de Castilla y León en la sociedad de la información".

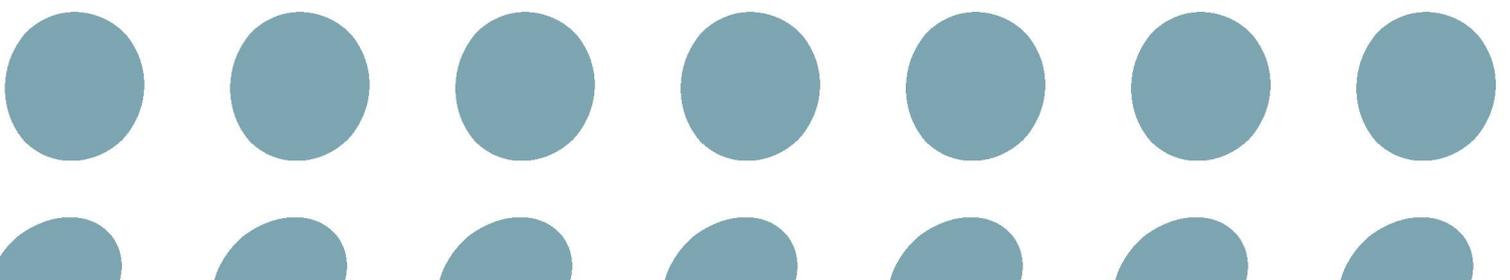
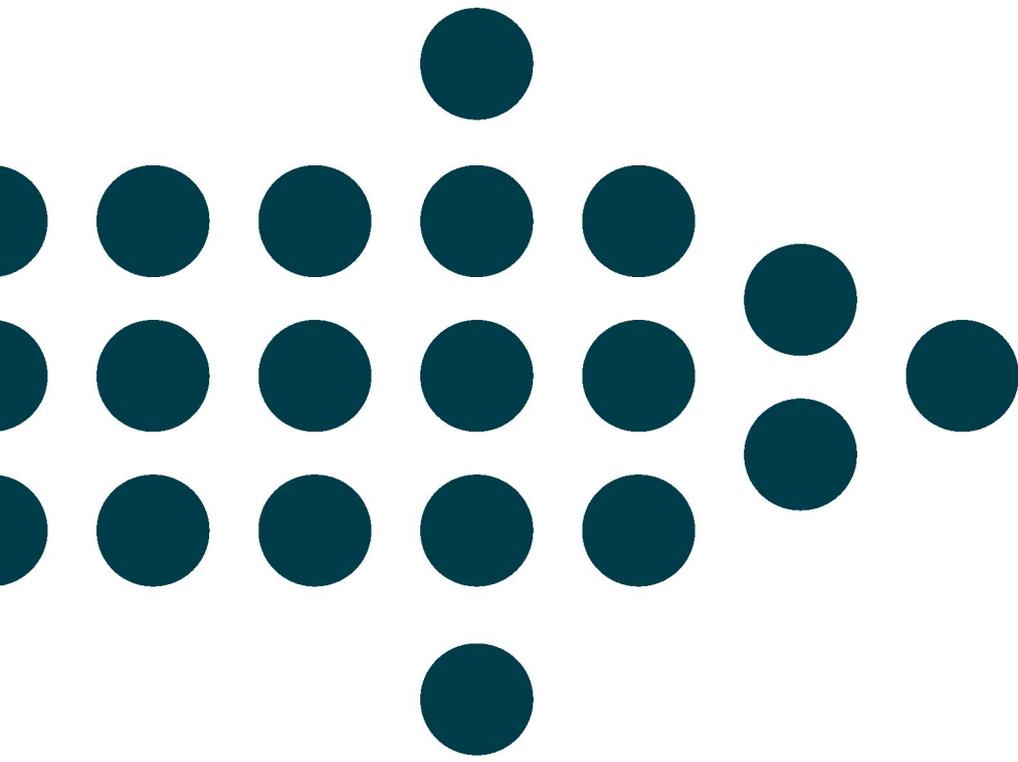




# CASTILLA Y LEÓN 2.0

6. OTRAS PLATAFORMAS:  
MOBILE 2.0 Y TV 2.0







## 6. OTRAS PLATAFORMAS: MOBILE 2.0 Y TV 2.0

¿Por qué disfrutar de ciertas aplicaciones web exclusivamente en el ordenador cuando también podemos hacerlo desde los móviles y la televisión?

Es evidente que este nuevo nicho de mercado no se le ha escapado a operadores de telecomunicaciones y otras empresas proveedoras de este tipo de servicio.

Las razones, son obvias. El uso de ambas tecnologías se extiende a toda la población y sólo casos muy puntuales se encuentran al margen de ellas.

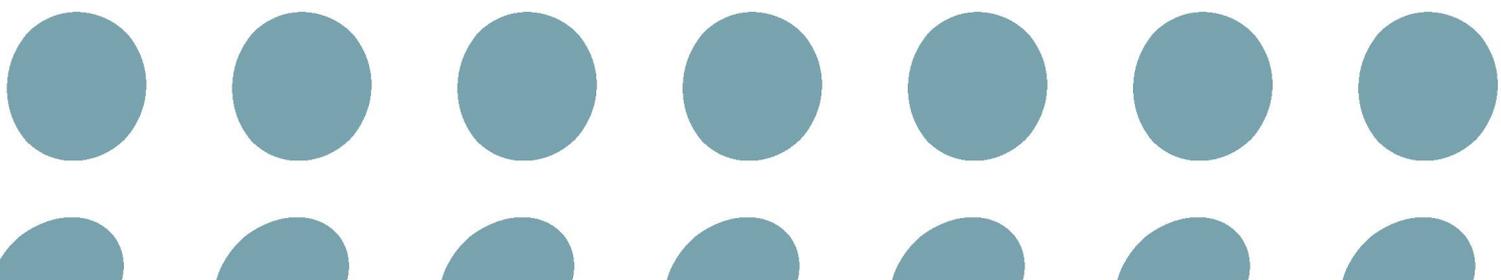
El índice de penetración de la telefonía móvil en nuestro país es muy alto. Así lo muestra la última encuesta del INE (Instituto Nacional de Estadística) del segundo semestre de 2006. Más del 90 % de la población con edades comprendidas entre los 16 y los 44 años hacen uso de estos dispositivos. Pero las cifras no decaen en exceso cuando se trata de personas de entre 45 y 64 años. Incluso cabe destacar el impacto de esta tecnología en la franja superior.

El número elevado de este recurso en la comunidad sumado a su ubicuidad, hacen de la tecnología móvil el escenario idóneo donde integrar los servicios colaborativos de de 2.0.

PERSONAS QUE USAN TELÉFONO MÓVIL	
Edad: De 16 a 24 años	98,0
Edad: De 25 a 34 años	96,3
Edad: De 35 a 44 años	93,0
Edad: De 45 a 54 años	84,6
Edad: De 55 a 64 años	70,9
Edad: De 65 a 74 años	48,6

USO DEL TELÉFONO MÓVIL POR CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS<sup>65</sup>  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística

<sup>65</sup> Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares 2º semestre 2006. INE





La televisión arroja resultados similares con un 99% de penetración en los hogares españoles, por lo que este medio cobra especial relevancia a la hora de desarrollar aplicaciones.

En un futuro no muy lejano, no se hará necesario crear contenidos específicos para las distintas plataformas, sino que se trabajará para que un mismo desarrollo sea visto en todas ellas.

## 6.1 MOBILE 2.0

Los usos de los teléfonos son bien diferentes a lo que eran en el pasado. Posibilitar la comunicación sigue siendo su principal función pero cada día se van implementando nuevos servicios con los que compartir protagonismo. Internet le ha tendido la mano pero...¿de qué manera?

La puerta de entrada la encontramos en lo que se puede llamar **mobile 1.0** con la tecnología WAP como compañera de viaje. La **tecnología WAP**<sup>66</sup> es aquella que permitió en su día dar el gran salto: un primitivo sistema de acceso a Internet, a sus servicios y contenidos a través de conexiones inalámbricas. Sin embargo, en opinión de la mayoría, no superó las expectativas puestas en ella, ya que sus posibilidades no llegan a cubrir las demandas de los usuarios habituales de la red. Aunque las nuevas versiones de WAP permiten interfaces de usuario más atractivas, similares a las páginas html que conocemos en Internet, sigue habiendo limitaciones que entorpecen la navegación por Internet y el acceso ilimitado a los datos.

Aún así, la tecnología WAP fue quien rompió el hielo, quien supo despertar el interés entre los ciudadanos de a pie y les mostró nuevas posibilidades (ya se sabe que los comienzos siempre fueron complicados).

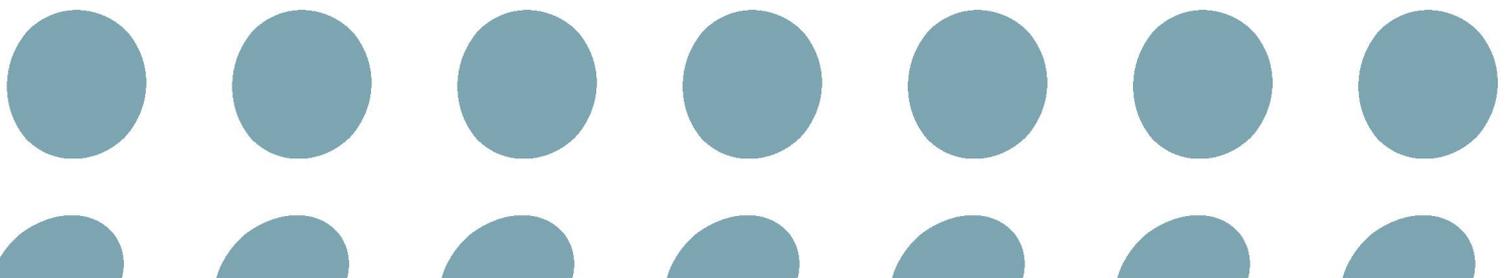
El relevo lo toman los nuevos servicios 2.0 que pueden disfrutarse desde terminales equipados con tecnología 3G<sup>67</sup> y que consiguen hacer realidad lo que hasta ahora sólo se encontraba en la mente de algunos privilegiados.

Mobile 2.0 pretende la integración de los servicios web, que actualmente disfruta un internauta desde su PC, en el propio móvil. Esta vez no se habla de soluciones intermedias, se busca la interactividad, la aportación de contenidos por parte del usuario, la usabilidad. La integración y la adaptación, frente a la simple traslación para conseguir así las mismas funcionalidades que muestra la navegación en un ordenador. El acceso a Internet desde los móviles antes conocido queda desterrado y es sustituido por un universo de posibilidades.

Hasta no hace demasiado, sólo el correo electrónico había logrado adentrarse en los servicios móviles. Sistemas como Blackberry permitían leer y/o contestar los mails recibidos sin importar el día, la hora o la disposición geográfica (bien es cierto que, hasta el momento, no han sido muchos los que utilizan este servicio fuera del sector empresarial).

<sup>66</sup> Wireless Application Protocol o Protocolo de Aplicaciones Inalámbricas.

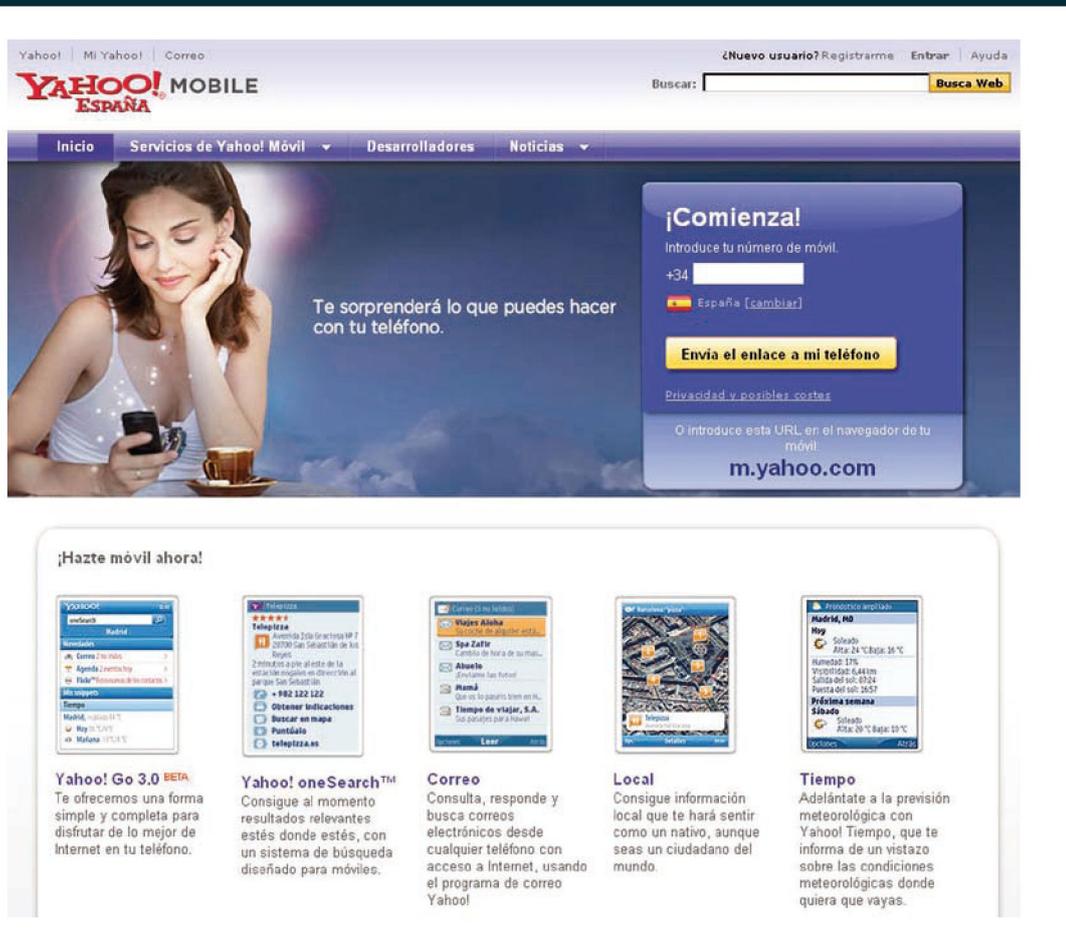
<sup>67</sup> Tercera generación (3G).



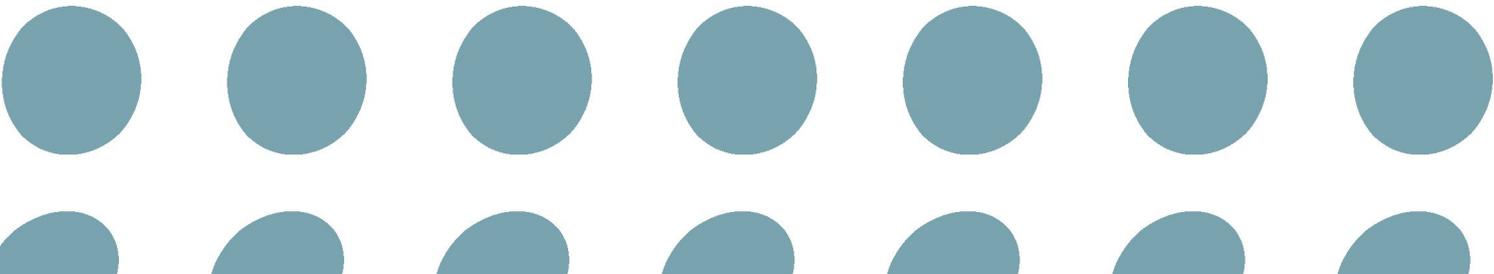
La apuesta que se está haciendo ahora es mucho más ambiciosa. El impulso de las operadoras en la fabricación de teléfonos de tercera generación y el desarrollo de redes de acceso de alta velocidad permiten disfrutar de los servicios de Internet desde cualquier lugar. El intercambio de información se realiza en tiempo real, las redes sociales se asoman a este nuevo espacio y las distintas aplicaciones desarrolladas trabajan por adecuar los servicios y ofrecer la máxima rentabilidad.

Hoy en día es posible grabar vídeos y emitirlos en tiempo real, capturar imágenes y visualizarlas, buscar información en Internet, descargar música o aplicaciones de ocio e incluso localizar un establecimiento en la ciudad que hemos decidido visitar.

Cualquier móvil 3G puede subir y descargar vídeos alojados en el portal YouTube, además de valorarlos y comentarlos desde los propios terminales. Los clientes de Vodafone Live disfrutaban de sitios como eBay, MySpace o Windows Live Hotmail adaptados a este formato.



PÁGINA PRINCIPAL YAHOO MOBILE  
Fuente: <http://es.mobile.yahoo.com>





Empresas, como Air France (<http://www.airfrance.es>, apartado e-services), facilitan a sus viajeros información y servicios (disponible en inglés y francés) las 24 horas sobre cómo realizar el Check-in, horarios y actualidad de los vuelos o los datos relativos a su reserva, todo ello desde sus teléfonos móviles.

Los grandes de Internet no se quedan al margen. Yahoo Mobile (<http://es.mobile.yahoo.com>) permite, desde disfrutar de lo mejor de la Red en el móvil, subiendo fotos, descargando mapas, consultando información sobre la bolsa, hasta nuevas formas de comunicación (Yahoo!oneConnect).

Ofrece por otro lado la posibilidad de descargar widgets para aplicaciones móviles, como aquellos relativos a noticias de última hora de los medios que más te interesen o aquellos otros relativos a la predicción meteorológica de una determinada ciudad. Además, brinda la posibilidad a desarrolladores de crear y compartir estas mini aplicaciones con miles de usuarios.

El proyecto Google Mobile (<http://www.google.com/mobile>) pretende adaptar todos los servicios de Google que se ofrecen para PCs a los dispositivos móviles. Así se puede hacer uso del navegador, localizar empresas y servicios cercanos, ver álbumes de fotos, leer el correo (GMail) en los desplazamientos o visualizar y subir vídeos desde cualquier lugar (YouTube), por poner algunos ejemplos.

Además, hoy en día es posible llevar la vida virtual en el bolsillo. Hasta ahora, los requisitos técnicos de Second Life hacían inviable su aplicación en un móvil, en buena medida por su alta resolución de pantalla y una tarjeta de vídeo eficiente.

**Google** Google para móviles

Disfruta de Google allí donde estés

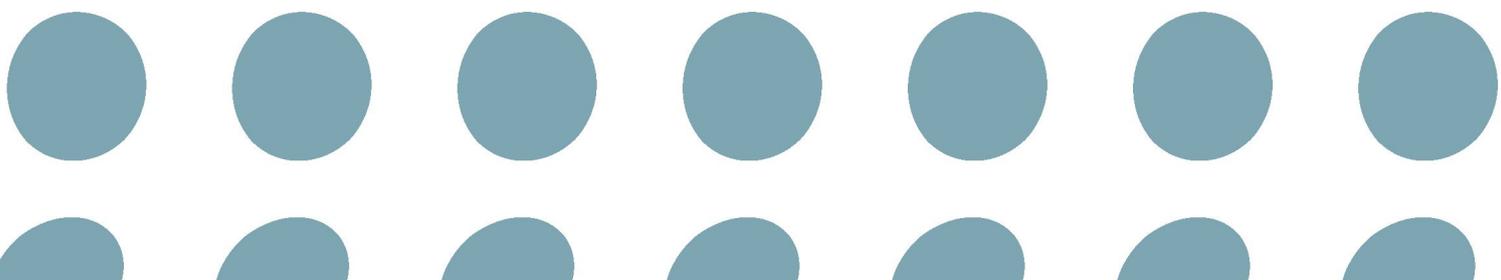
Consigue la Búsqueda de Google, Google Maps, Gmail y muchos servicios más, diseñados específicamente para tu móvil. ¿Deseas empezar a utilizarlo ahora mismo? Haz clic en el botón para obtener las instrucciones pertinentes.

**Comienza ahora »**

- Buscar**  
La mejor forma de buscar en Google con tu dispositivo móvil
- Maps**  
Localiza empresas y servicios cercanos.
- Gmail**  
Un modo más rápido de obtener Gmail en tus desplazamientos.
- Picasa**  
Ve álbumes de fotos en tu dispositivo móvil.
- Calendar**  
Consulta y añade a tu calendario.
- Noticias**  
Lee las últimas noticias desde cualquier lugar.
- YouTube**  
Visualiza y sube vídeos desde cualquier lugar.

©2008 Google - [Acerca de Google](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Política de privacidad](#)

PÁGINA PRINCIPAL DE GOOGLE MOBILE  
Fuente: <http://www.google.com/mobile/>



Aunque estos requisitos lo hacen poco apropiado para el móvil, la empresa Volle<sup>68</sup>, proveedor de servicios para teléfonos 3G, ya ha puesto a disposición de los usuarios una versión beta para acceder al universo Second Life desde algunos teléfonos móviles con conectividad 3G o Wifi.

Junto con la posibilidad de chatear en el móvil con otros avatares, según fuentes de Second Life, pronto se podrá hablar con ellos gracias a la integración de un servicio de voz en la aplicación.



#### SECOND LIFE EN EL MÓVIL

Fuente: <http://www.vollee.com/secondlife>

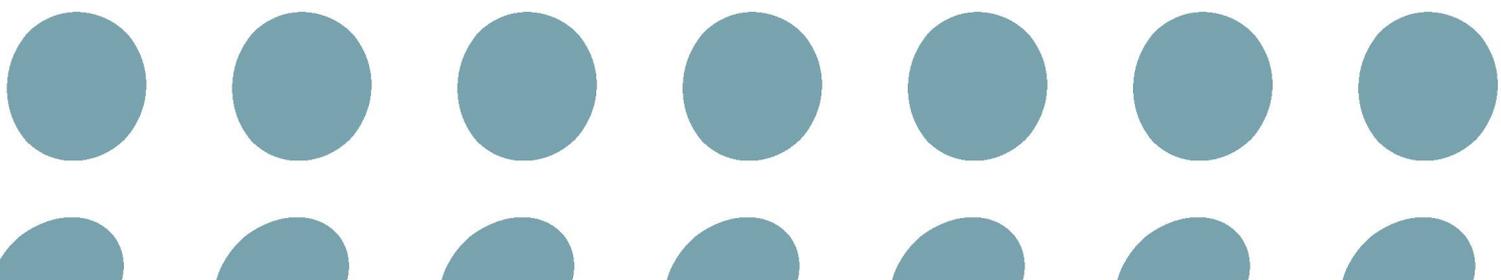
Una especial mención al analizar este entorno, merece el iPhone de Apple<sup>69</sup>. Un teléfono que integra además un iPod con pantalla táctil y un revolucionario dispositivo de comunicación por Internet con eMail a la altura de un ordenador, navegación web, búsquedas y mapas. Su interfaz de usuario está basada en una gran pantalla táctil "multi-touch" y un innovador software que le permite controlarlo cómodamente tocando la pantalla del teléfono.

El iPhone hace posible la sincronización de los contactos de la agenda con el PC, Mac, servicios de Internet, como Yahoo, o elaborar una lista de favoritos. Es pionero en la capacidad Visual Voicemail que permite a los usuarios acceder de manera inmediata y directa a los mensajes que más le interesan.

Incluye un avanzado cliente de eMail HTML que extrae el eMail en segundo plano de la mayoría de los servicios de correo electrónico POP3 o IMAP y visualiza fotos y gráficos junto al texto. El iPhone es totalmente multitarea, de manera que puedes estar leyendo una página web mientras descargas tu eMail en segundo plano.

<sup>68</sup> <http://www.vollee.com/secondlife>

<sup>69</sup> [www.apple.com](http://www.apple.com)



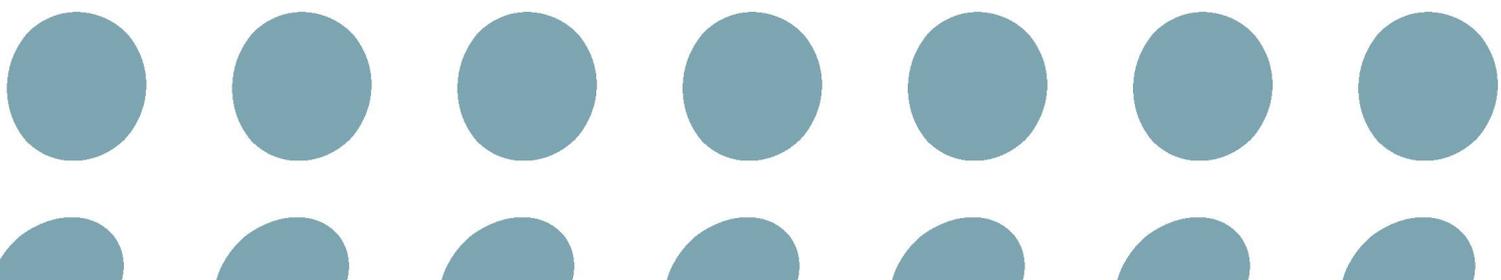


Yahoo! Mail, ofrece un nuevo y gratuito servicio de correo electrónico IMAP a todos los usuarios del iPhone que automáticamente dirige el correo nuevo hacia el iPhone del usuario, y que puede ser configurado sin más que introducir el nombre y clave Yahoo!.

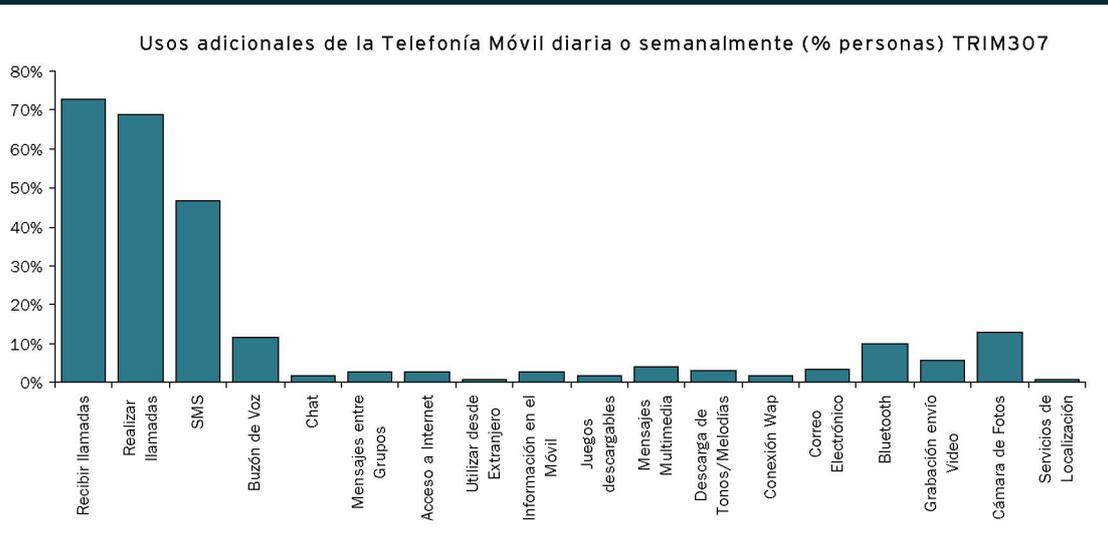
El iPhone incluye también Google Maps. Los usuarios pueden ver mapas, imágenes de satélite, información del tráfico y obtener direcciones, y todo ello a partir de la singular y fácil de usar interfaz táctil. En definitiva, un móvil que se adelanta al futuro ofreciendo nuevas funcionalidades a los usuarios.



IMAGEN IPHONE DE APPLE  
Fuente: <http://www.apple.com/iphone/>



A pesar de los avances, aún queda camino por recorrer. Así se demuestra en un estudio<sup>70</sup> elaborado por Red.es donde se refleja cuales son los principales usos que los ciudadanos hacen de los dispositivos móviles.



USOS DE LA TELEFONÍA MÓVIL  
Fuente: <http://observatorio.red.es>

¿Qué es lo que realmente está impidiendo que proliferen estos servicios?

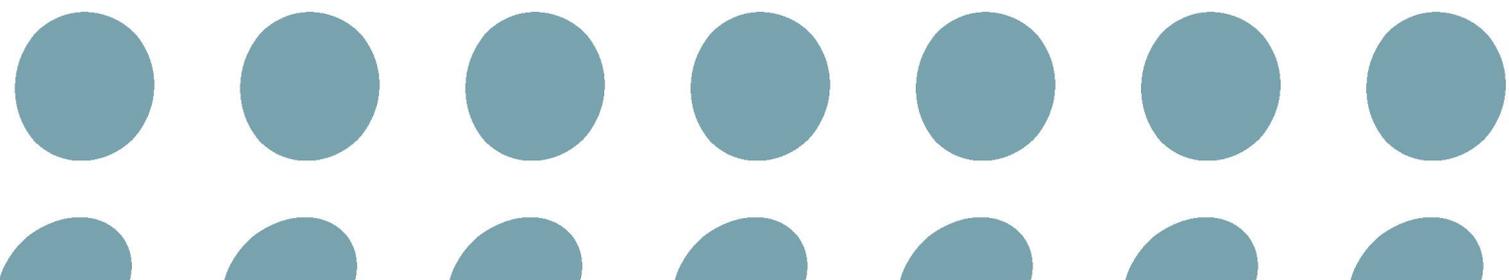
El **elevado coste de los aparatos y de la conectividad** retrasa todo el proceso. A medida que éstos disminuyan, los usuarios utilizarán sus móviles para un sinfín de posibilidades (mantener contactos en las comunidades en línea, colgar comentarios de nuestros viajes en la red, o recibir aquellos otros que internautas en nuestra misma situación han decidido compartir).

Para hacer realidad lo que hoy por hoy se encuentra en desarrollo, resulta imprescindible diseñar aplicaciones específicas para utilizar en múltiples plataformas. Las interfaces gráficas deben perseguir la simplicidad y sencillez de uso, teniendo presentes las características propias de los mobile devices. Téngase en cuenta por ejemplo el escaso espacio con el que cuentan sus pantallas, lo que dificulta en gran medida la navegación por las páginas web (al menos tal y como estamos acostumbrados a hacerlo frente a nuestro pc).

Pero no acaba todo. Los móviles, son recursos con una memoria considerablemente menor que la de los ordenadores. De ahí que cobre especial sentido el principio de O'Reilly de la web como plataforma.

La web 2.0 no sólo permitirá el consumo de información, sino que la brindará de la mano de las aportaciones de los usuarios, cobrando de nuevo especial importancia el concepto de inteligencia colectiva.

70 XVII Oleada del Panel de Hogares (Julio-Septiembre 2007). Observatorio de las Telecomunicaciones y la Sociedad de la Información.

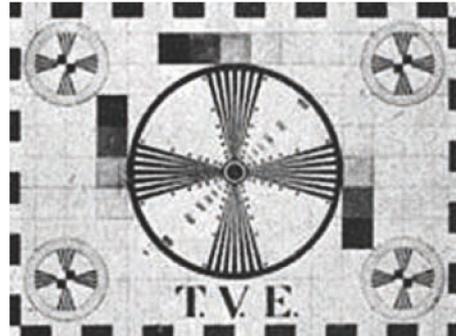




## 6.2 Televisión 2.0

La televisión es uno de los medios de comunicación de mayor calado en la sociedad. Es, junto a la prensa y la radio, un medio de masas presente en nuestras vidas, familiar y cotidiano.

En España, la primera emisión se produjo el 28 de octubre de 1956, para un parque de apenas 600 receptores y una cobertura de 70 Km. alrededor de Madrid. Desde entonces, todo ha cambiado. La oferta de canales se ha ampliado considerablemente (hasta 1988 sólo se contaba con TVE1 y TVE2) gracias a los distintos medios de transmisión, las posibilidades digitales, nuevos formatos y tecnologías, contenidos audiovisuales colaborativos y propios de redes sociales, convirtiéndose en una televisión interactiva donde el espectador forma parte activa bajo el prisma de la 2.0.

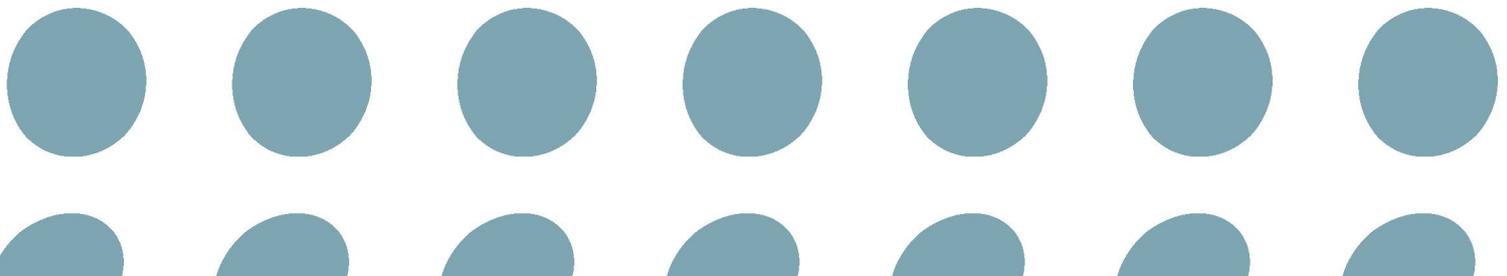


IMÁGENES DE LA PRIMERA EMISIÓN TELEVISIVA EN ESPAÑA (RTVE)  
Fuente: <http://www.rtve.es/>

La “revolución” del color a la que asistimos en los años 70, no es comparable a la que se está produciendo con la transición de la televisión analógica a la televisión digital. La digitalización de contenidos está consiguiendo nuevas aplicaciones interactivas que acercan los servicios de la Sociedad Digital del Conocimiento a los ciudadanos, permitiéndoles disfrutar de ellos desde el propio sofá de su salón.

### Digitalización. El motor de la revolución

La TDT, Televisión Digital Terrestre, nombre con el que se conoce en España al estándar de transmisión digital de televisión DVB-T (Digital Video Broadcasting - Terrestrial), es la evolución de la televisión analógica convencional, empleando tecnologías digitales.



La digitalización de contenidos posibilita un sinfín de ventajas, tales como el incremento de la oferta televisiva –debido a la mayor eficiencia del uso del espectro radioeléctrico, existe un número mayor de canales disponibles -, mejor calidad de imagen (calidad DVD, aunque también permite emisiones en alta definición), de sonido (sonido envolvente multicanal, además de emisión en estéreo) y soporte de datos (que posibilita la interactividad), pero sin duda una de las principales novedades que proporciona la televisión digital es la **capacidad de emitir contenidos interactivos** gracias a los cuales el usuario deja de ser mero espectador para convertirse en un nuevo protagonista. Se ofrecen de este modo numerosas posibilidades, como la publicidad interactiva, la participación directa en concursos y debates, juegos en línea, recibir información multimedia, etc. La interactividad será la auténtica revolución en una nueva era de la televisión: la TV 2.0.

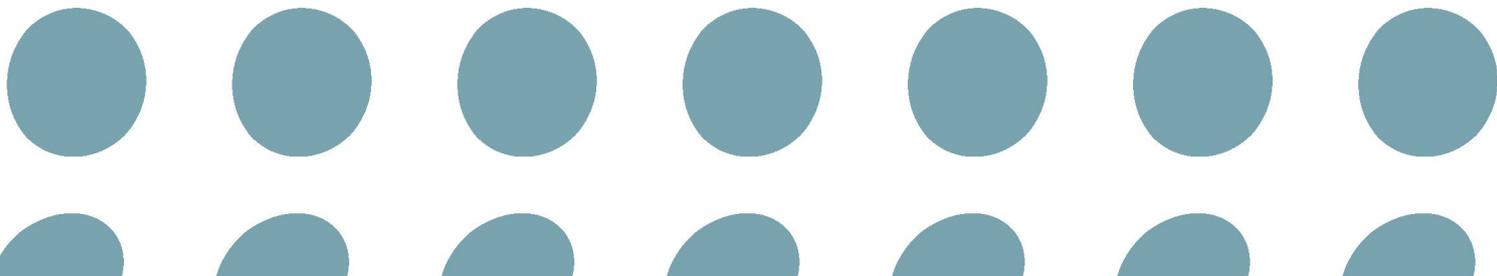
Para disponer de estos servicios es necesario que el receptor de TDT sea compatible con la tecnología MHP (estándar adoptado a nivel europeo para los servicios interactivos) y, en muchos casos, conectar el receptor a una línea telefónica o a una conexión de banda ancha (ADSL, módem, etc.). Sin embargo, no todos los descodificadores de TDT que encontramos en el mercado soportan dicho estándar. Son los llamados zappers, que aunque pueden presentar algún servicio avanzado (como la Guía Electrónica de Programación o EPG, que permite a los televidentes conocer la programación de todos los canales de una forma cómoda e intuitiva) no brindan todas las ventajas de la interactividad. Los receptores compatibles MHP se identifican mediante el siguiente logotipo:



Actualmente la televisión también se asoma a Internet. Sus servicios son conocidos como televisión IP o IPTV y permiten la misma interactividad que se consigue a través de la tecnología MHP. Algunos ejemplos son los servicios Imagenio de Telefónica o Jazztelia TV de Jazztel.

En un futuro cercano asistiremos a un gran impulso de los servicios interactivos en abierto convirtiendo a la TV actual en una **TV democratizada**, donde cualquiera, cámara en mano, pueda hacer y distribuir sus contenidos, algo impensable hasta ahora. Una **televisión a la carta**, en la que el telespectador pueda escoger entre un catálogo de contenidos, ofrecidos por muchos y no unos pocos, y reproducir cualquiera de ellos en el momento que desee, ofreciendo total interactividad del usuario con los contenidos ofertados (parada, pausa, avance rápido o retroceso).

Pero la TV 2.0 es más que eso. Acercará las aplicaciones que ya conocemos en Internet al televisor, logrando la implicación de los usuarios. Así podremos disfrutar, entre otros, de los siguientes servicios:





- **Publicidad interactiva:** La posibilidad de poder acceder a información detallada del artículo que se está publicitando, incluso poder comprarlo en ese mismo momento a través de la TV.



PUBLICIDAD INTERACTIVA  
Fuente: <http://www.televisiondigital.es/>

- **Aplicaciones lúdicas y de entretenimiento:** juegos en línea con otros usuarios, envío de mensajes cortos, participación en concursos en tiempo real, podremos votar al concursante favorito en el reality show del momento, ver información adicional de los jugadores de un equipo de fútbol mientras se emite el partido, etc. No hay que olvidar que el servicio de televisión es, para muchos usuarios, principalmente, un medio de entretenimiento.

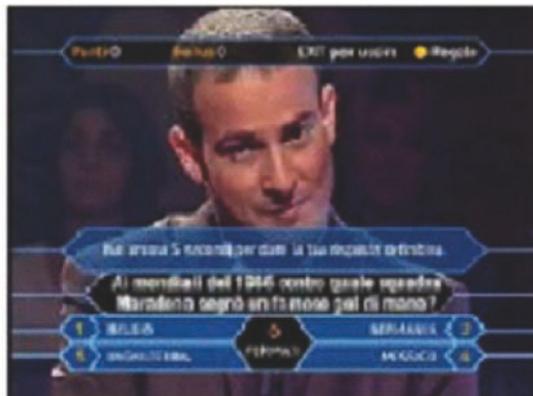
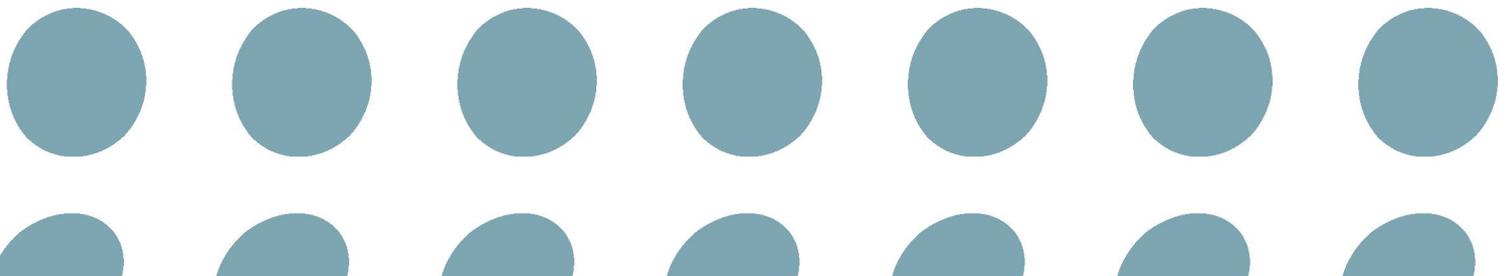


IMAGEN JUEGO INTERACTIVO  
Fuente: <http://www.canale5.mediaset.it/>

- **Aplicaciones Público-Administrativas** con las que dar soporte a temas de interés general, tales como farmacias de guardia, petición de cita médica, servicios de teleasistencia, acceso a cursos de teleformación, ofertas de empleo, reserva de



libros en la biblioteca pública, información turística y de carreteras, información de rutas y horarios del transporte público, agenda cultural, carpeta ciudadana, pago de impuestos y otros servicios de administración electrónica.



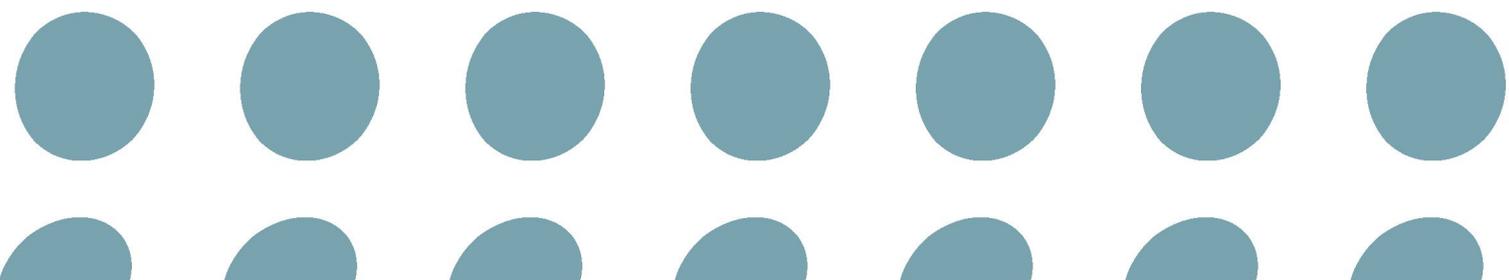
T-ADMINISTRACIÓN: SERVICIOS AAPP  
Fuente: Elaboración propia

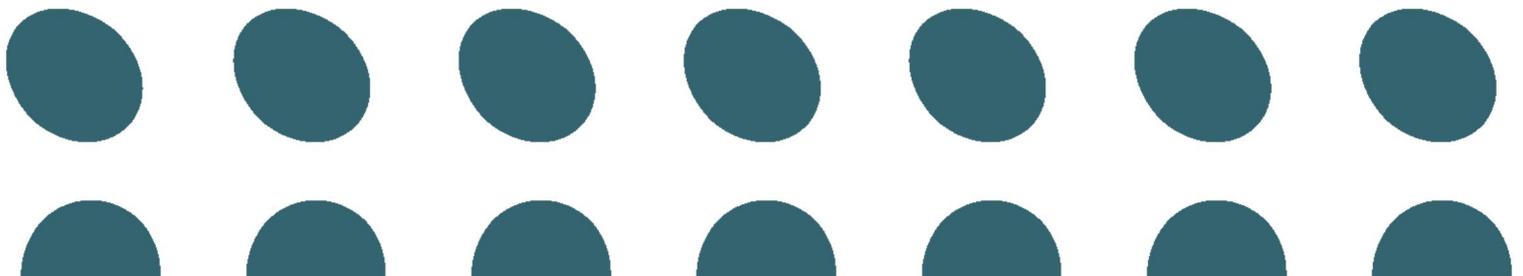
- **Aplicaciones de Comercio y transacciones electrónicas:** aplicaciones de comercio electrónico a través de la televisión (compra en supermercado, reservas de demostración y prueba de productos, etc.), operaciones bancarias como, por ejemplo, ver los últimos movimientos, realizar transferencias, solicitar regalos de la promoción de puntos, etc.



T-COMERCIO: APLICACIÓN DE COMERCIO ELECTRÓNICO  
Fuente: elaboración propia

Estos avances tecnológicos son los verdaderos responsables de la integración de Internet con la televisión que, sin duda, es un hito en el camino a recorrer para la eliminación de la actual brecha digital.



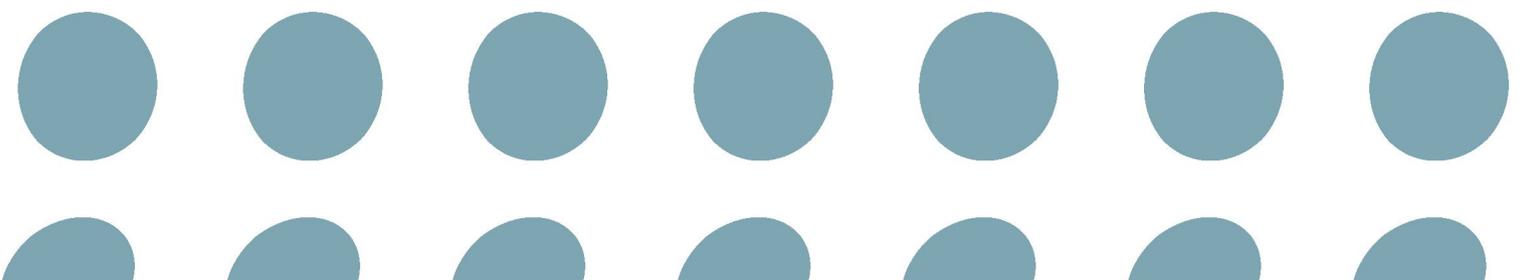
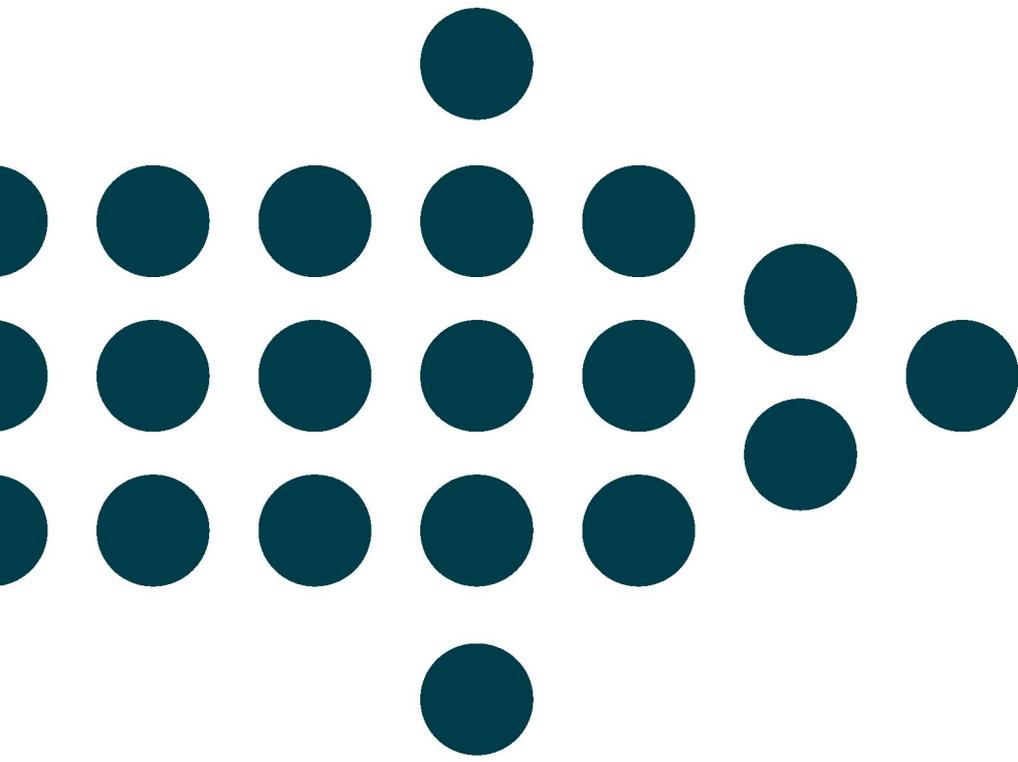




# CASTILLA Y LEÓN 2.0

7. TENDENCIAS DE LA WEB







## 7. TENDENCIAS DE LA WEB

En este apartado abordaremos el siguiente paso evolutivo de la Web 2.0, que se define como la Web 3.0 o Web Semántica.

Cuando Tim Berners-Lee creó la World Wide Web, en realidad tenía en mente un concepto más revolucionario que está aún por llegar, la Web semántica.

¿Qué se entiende por Web semántica? Según Tim Berners-Lee se define como:

- Una extensión de la Web en la cual la información se da mediante un significado bien definido, lo que facilita que los ordenadores y la gente trabajen en cooperación.
- "El primer paso es colocar los datos en la Web de modo que las máquinas puedan entenderlos. Esto crea la llamada Web Semántica: una Red de datos que pueden ser procesados directa o indirectamente por máquinas".

Se trata, por tanto, de añadir información adicional con una estructura que pueda ser interpretada por los ordenadores. Éstos serían capaces de emular y mejorar la obtención de conocimiento propio de las personas, por medio de técnicas de inteligencia artificial, lo que supondría conseguir que las máquinas pudieran "pensar" y dotar de significado a las páginas web<sup>71</sup>.

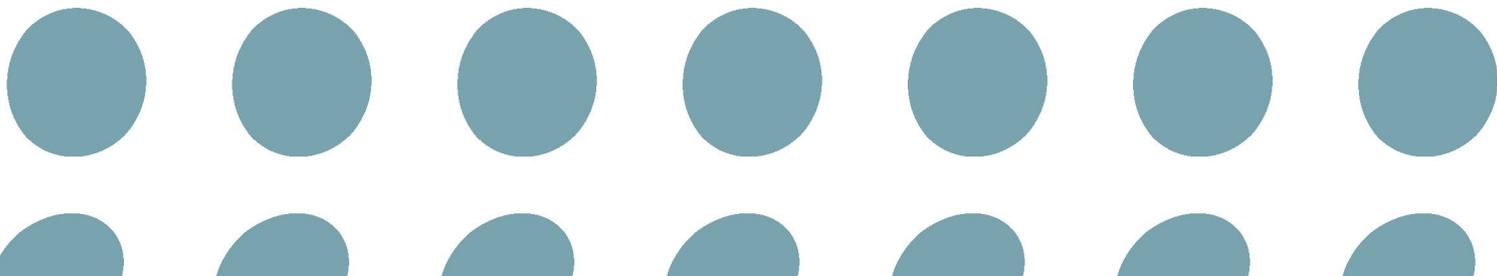
Para comprender mejor la idea de Berners-Lee sobre la Web semántica, citaremos el ejemplo expuesto en un artículo de la revista *American Scientific*<sup>72</sup> donde se expone una situación cotidiana resuelta eficazmente gracias a una hipotética Web semántica en pleno rendimiento.

El ejemplo contempla la siguiente situación: "dos hermanos tienen que ajustar su calendario para acompañar a su madre a unas sesiones de rehabilitación ordenadas por el médico. Para ello, utilizan un dispositivo con acceso a Internet (un teléfono móvil por ej.) que revisa sus agendas para las próximas semanas y las combina con las horas disponibles en los centros de rehabilitación más cercanos cubiertos por el seguro médico familiar".

El resultado obtenido mediante la Web semántica sería el siguiente: En pocos minutos consiguen programar sus agendas, incluyendo las visitas de su madre, y resuelven el problema. Y lo hacen gracias "no a la World Wide Web de hoy, sino a la Web semántica". Este mismo artículo cita que la mayor parte del contenido que hoy aparece en Internet está diseñado para ser leído por las personas, no para que lo puedan manipular programas informáticos.

71 Web 2.0. El Negocio de las Redes Sociales. Fundación de la Innovación Bankinter.

72 Berners-Lee, T., Hendler, J., & Lassila, O., 2001.





La web semántica es una web extendida, dotada de mayor significado, en la que cualquier usuario de Internet podrá encontrar respuesta a sus preguntas de forma más rápida y sencilla gracias a una información mejor definida<sup>73</sup>.

Hoy en día, los motores de búsqueda no son capaces de filtrar con exactitud aquellas páginas web que se ajustan realmente a las necesidades del usuario. Los índices de error aún son elevados, existiendo una escasa precisión en los resultados. Esto puede ser debido a que no enlazan la totalidad de los portales existentes o incluso a la alta sensibilidad al vocabulario empleado en la búsqueda.

Resolver estos problemas es lo que plantea la Web con un enfoque semántico, convirtiéndola en una gran biblioteca inteligente o bien un sistema operativo distribuido, haciendo de Internet un sistema capaz de entender el lenguaje natural de las personas, proporcionando mejores resultados de búsqueda. La clave de una Web semántica más inteligente, intuitiva, eficaz y hasta con mayor sentido común, es poder diferenciar la información de la sobreinformación, en otras palabras, discernir entre la información que es útil de la que no lo es, de forma sencilla. La tendencia es mejorar la eficacia de los buscadores.

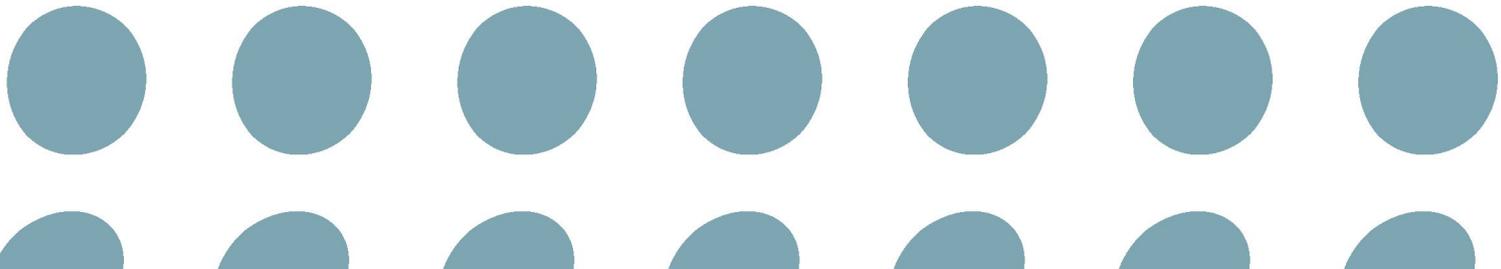
Pongamos un ejemplo: En los buscadores actuales si introducimos "vuelos a Madrid para hoy por la tarde" se obtienen lo siguiente:



RESULTADO DE LA BÚSQUEDA "VUELOS A MADRID HOY POR LA TARDE.  
Fuente: www.google.com

Podemos apreciar que los resultados no serían los realmente deseados por el usuario, ya que hay enlaces que no tienen nada que ver con lo solicitado. El paso siguiente sería la selección manual de entre esas opciones proporcionadas, con la consiguiente dificultad y pérdida de tiempo.

73 La Web Semántica. Julio Alba. Ingeniero de Telecomunicación Revista bit 163.



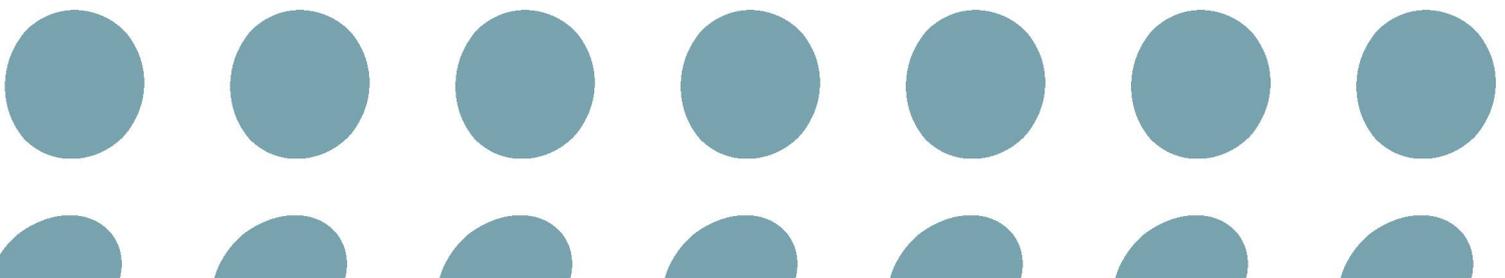
Con Web semántica, los resultados ofrecidos serían más exactos, ya que se interpretaría la búsqueda de la siguiente forma:

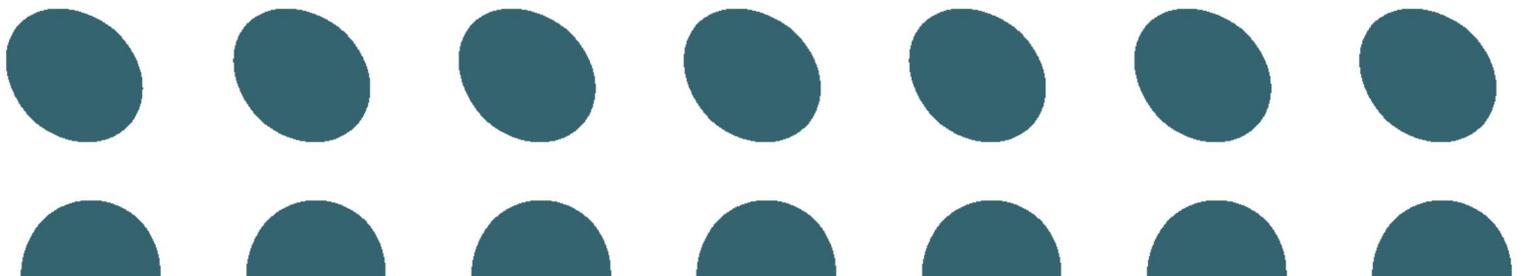
1. La ubicación geográfica desde la que el usuario envía su pregunta es detectada de forma automática sin necesidad de especificar el punto de partida.
2. Elementos de la oración como "hoy" adquirirían significado, convirtiéndose en un día concreto.
3. Algo semejante ocurriría con el segundo elemento de la oración "tarde", que sería interpretado como un momento determinado del día.

Estos mecanismos y tecnologías, permitirán transformar la nueva generación de búsquedas de información, ofreciendo a los usuarios la posibilidad de encontrar datos acorde a sus requerimientos. Muchos de los próximos desarrollos y avances tecnológicos contribuirán a consolidar esta Web semántica.

Todos los expertos consultados para la realización de este estudio coinciden en que la Web 3.0 pasa por diversas características, primero la banda ancha y su aplicación cada vez más a nuevos dispositivos (como los navegadores de los coches o el móvil). Progresivamente existirán más aplicaciones on-line y menos aplicaciones de escritorio, integrando el mundo off-line y mundo on-line.

La Web 3.0 se basa en un lenguaje más natural, que llegará a la gente con más precisión y con un nivel de personalización importante. Con ella se logrará obtener la máxima utilidad con el mínimo esfuerzo y en el mínimo período de tiempo.



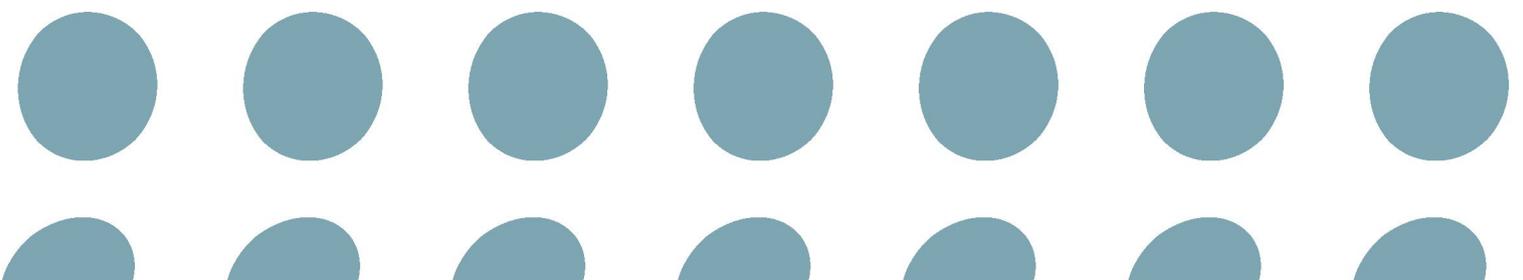
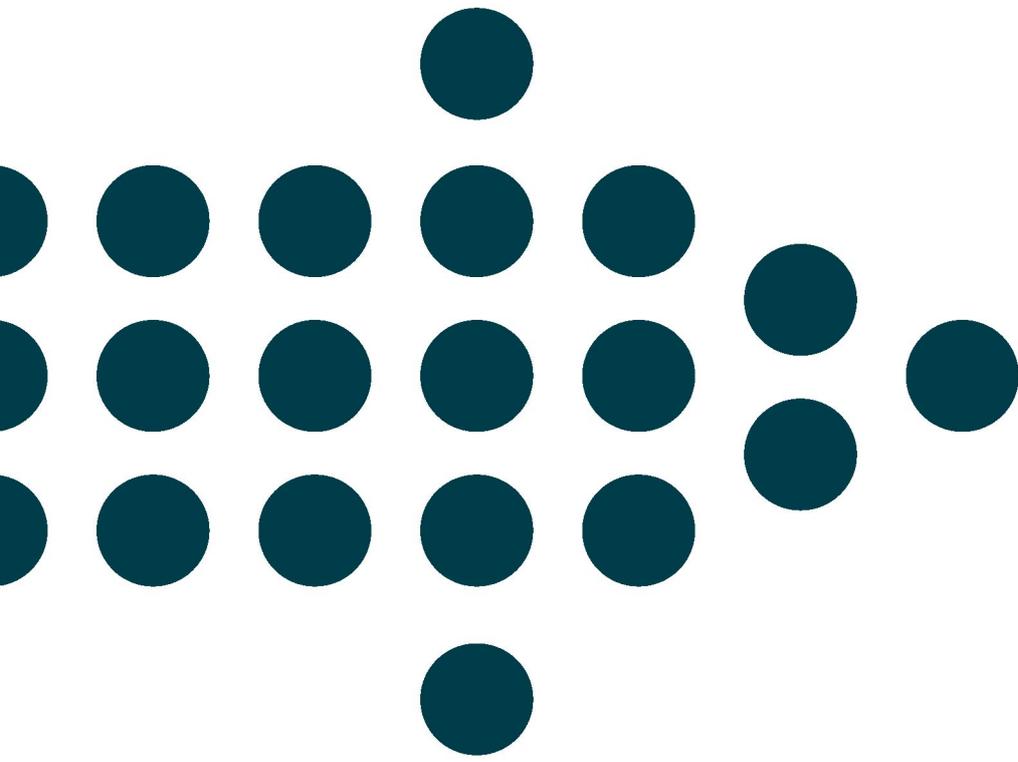




# CASTILLA Y LEÓN 2.0

## 8. CONCLUSIONES







## 8. CONCLUSIONES

Después de haber analizado el concepto de Web 2.0, y su posible progreso a lo que se conoce como Web 3.0 o Web semántica, vamos a extraer una serie de conclusiones.

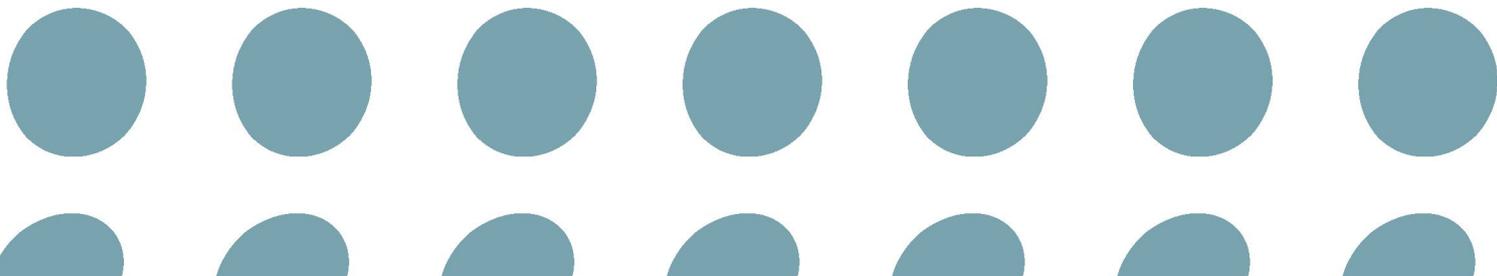
Hay que entender la Web 2.0, no como un cambio tecnológico, sino como un cambio de filosofía. Es decir, un cambio en la forma en la que los usuarios interactúan con la Red. Evidentemente, en esa nueva filosofía, van embebidos una serie de recursos tecnológicos, que son necesarios para permitir ejecutar las nuevas aplicaciones asociadas a este uso.

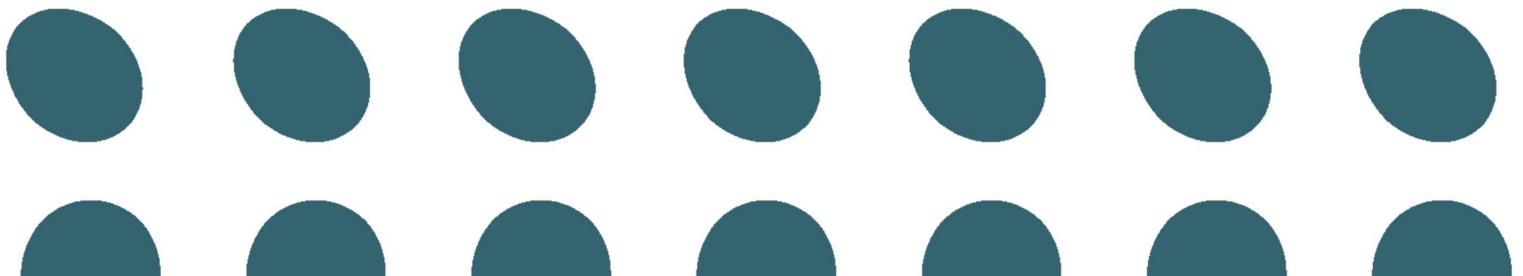
Todos los expertos consultados, destacan como característica más importante de Web 2.0, su capacidad para generar redes sociales. Redes sociales en las que los usuarios actúan como productores y consumidores de contenidos por igual, brindando la posibilidad de que personas que geográficamente se encuentran a miles de kilómetros de distancia, puedan interactuar y compartir información de una manera sencilla, algo que era inviable anteriormente. Estas redes sociales, han hecho posible lo que se conoce como inteligencia colectiva, donde los usuarios aportan su conocimiento extrínseco en aras de una causa común: distribuir el conocimiento a lo largo de todo el Planeta, de una manera rápida, eficaz y sencilla.

Aplicaciones como los blogs, que han calado rápidamente en la sociedad mundial, son el claro ejemplo de cómo los usuarios de Internet han sabido comprender las ventajas de este nuevo concepto de Web. Esto también ha sido percibido por las Administraciones Públicas y las empresas, que se están dando cuenta de que la potencia de la Web 2.0 no puede ignorarse. Su correcta explotación podría generar innumerables beneficios, tanto sociales en el caso de las Administraciones, como económicos en el caso de las empresas. Los beneficios sociales son evidentes, ya que una Administración Pública podría hacer uso de la Web 2.0 para tratar de acercarse a los problemas y preocupaciones de los ciudadanos de una manera eficaz.

En el caso de las empresas, comprender a sus clientes es un aspecto clave en su nivel de competitividad. Si una empresa es capaz de conocer las inquietudes, necesidades y reticencias de sus clientes, podrá actuar en consecuencia, aumentando su satisfacción y fidelidad, lo que repercutirá en su imagen, y por tanto en sus beneficios. La Web 2.0 es una herramienta ideal para este cometido. Ya en la web 2.0 se hace un uso extensivo del "tagging" como forma de clasificación de la información. Gracias a este mecanismo, los buscadores son capaces de identificar información que utilizando técnicas tradicionales hubiera sido imposible localizar.

Sin embargo, todo apunta a que en el futuro la web 3.0 será una revolución. La clave está en lograr una combinación efectiva entre la inclusión de contenido semántico en las páginas web y el uso de inteligencia artificial que saque partido de ella. De esta forma, cuando le pidamos información a una aplicación basada en Web, no tendremos que entender su manera de pensar, sino ella entenderá la nuestra.



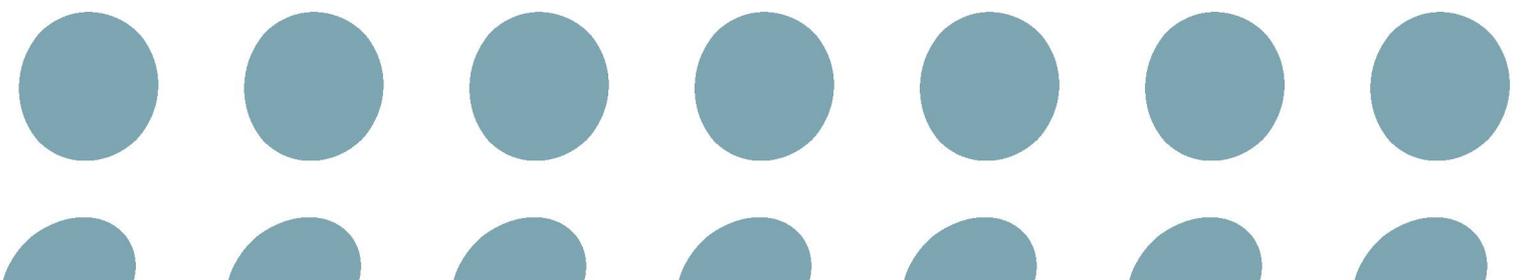
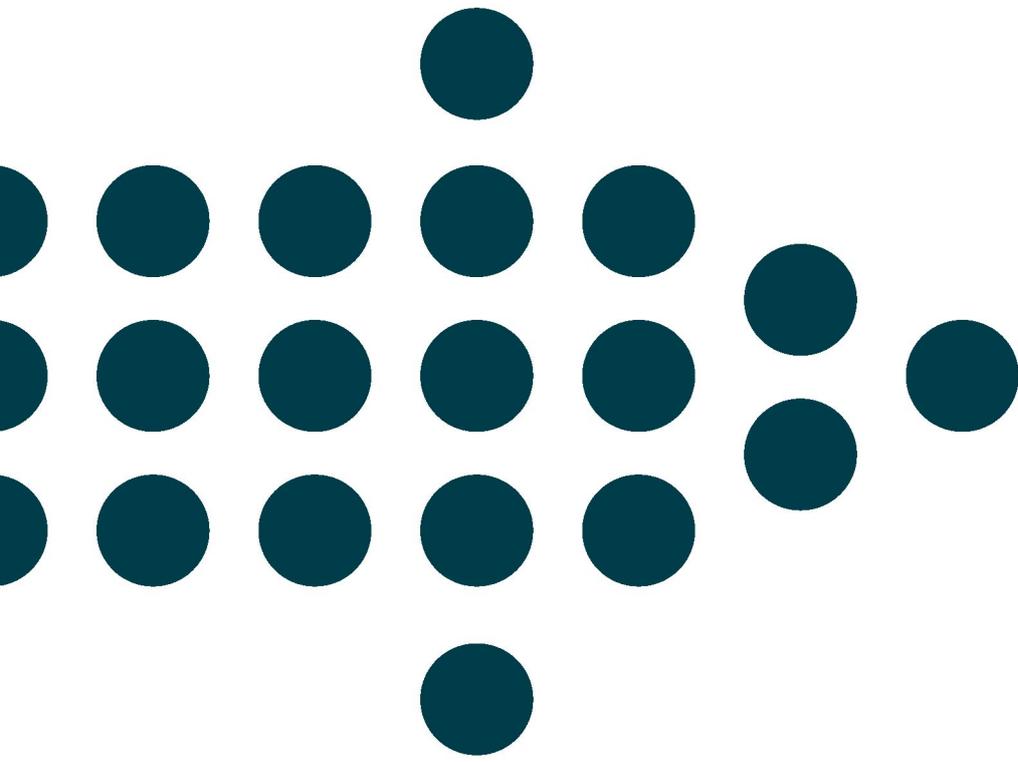




# CASTILLA Y LEÓN 2.0

8. GLOSARIO







## 8. GLOSARIO

**AGREGADORES:** pequeños programas instalados en el ordenador cliente o bien accesibles vía web que son capaces de recibir y organizar la información procedente de diversas fuentes. y a la que previamente nos hemos suscrito mediante una sindicación de contenidos web.

**ATOM:** formato de datos utilizado para distribuir contenidos a través de feeds (otro formato distinto es RSS).

**AVATARES:** habitantes de los mundos virtuales, a los que se puede personalizar según que se crea conveniente. Es posible moldear su imagen, diseñar su atuendo, elegir el color de sus ojos y su cabello.

**BEHAVIOURAL TARGETING:** o publicidad segmentada en el comportamiento: Se trata de una nueva herramienta de marketing con la que las empresas son capaces de localizar a su público objetivo. Lo que consigue es personalizar la publicidad en función de los intereses de cada usuario. Esto es posible examinando su historial de navegación.

**BITÁCORA:** más conocido como blog (ver definición de blog).

**BLOG:** página web (personal, empresarial, periodístico, social...), en la que la información (comentarios) que el usuario publica periódicamente, se ordena de forma cronológica, de tal manera que el texto más actual aparece siempre en primer plano, constituyéndose así un histórico de entradas, que puede ser consultada en cualquier momento por los visitantes.

**BLOGGER:** Creador del blog o responsable de él, quien decide los permisos de usuario. Tiene los privilegios para publicar o restringir comentarios.

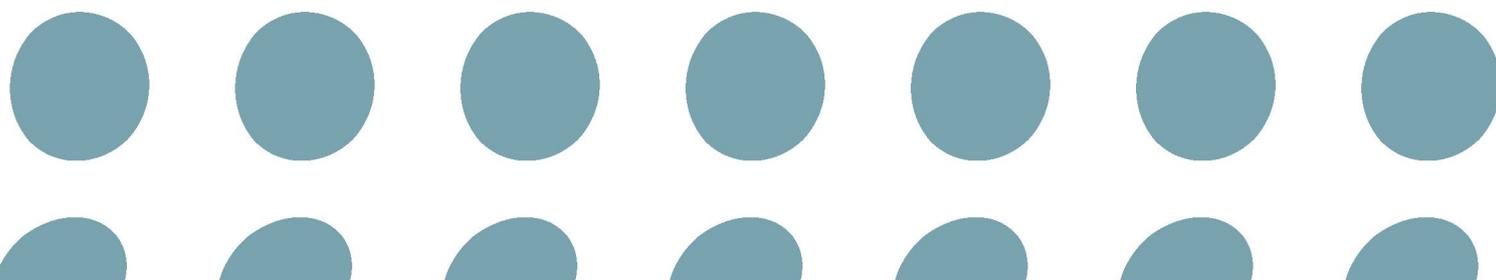
**BLOGOSFERA:** término que agrupa la totalidad de los blogs.

**BLOGROLL:** colección de enlaces de blogs.

**COMMENTS:** sistema de comentarios a las entradas de los blogs, lo que hace que se produzca la retroalimentación.

**ETIQUETAS:** palabras clave o tags que describen un contenido web, facilitando la organización de la información.

**FEEDS:** datos que se utilizan para suministrar información actualizada con frecuencia a través de una suscripción (estos datos pueden ir en varios formatos, de ahí que se escuche feeds RSS si los datos están en formato RSS, o feeds Atom si los datos están en formato Atom).





**FOLCLSONOMÍAS:** sistema de etiquetado colaborativo libre que no obedece a ninguna lógica jerárquica.

**FOTOBLOGS:** blogs de contenido fotográfico.

**GADGETS:** también llamados Widgets (ver definición de Widgets).

**MARCADOR SOCIAL:** Son una forma de clasificar, almacenar y compartir los enlaces interesantes de Internet mientras el usuario navega. La información en Internet se categoriza con 'tags' o 'etiquetas' que son palabras asignadas por los usuarios relacionadas con el recurso. Posteriormente, a través de un servicio de marcadores sociales, los usuarios pueden buscar marcadores asociados a determinadas 'tags' y clasificados en un ranking según el número de usuarios que los han marcado.

**MARKETING VIRAL:** estrategia que persigue la implicación directa de los usuarios finales para que sean ellos mismos los que transmitan los mensajes que queremos difundir. Esta técnica de marketing aprovecha las redes sociales existentes en Internet para propagar, de un modo sencillo, el contenido que nos interesa publicitar.

**MASHUP:** sitio o aplicación web que utiliza recursos de más de una fuente on-line para crear un nuevo servicio, o lo que es lo mismo, combinan datos y funcionalidad de distintas fuentes detrás de una única interfaz (lo que el usuario realmente ve). Se conoce también por aplicación web híbrida.

**METAVERSOS:** entorno virtual que simula la vida real, en el que los usuarios interactúan a través de los personajes o iconos creados.

**MHP:** estándar adoptado a nivel europeo para los servicios interactivos de TDT

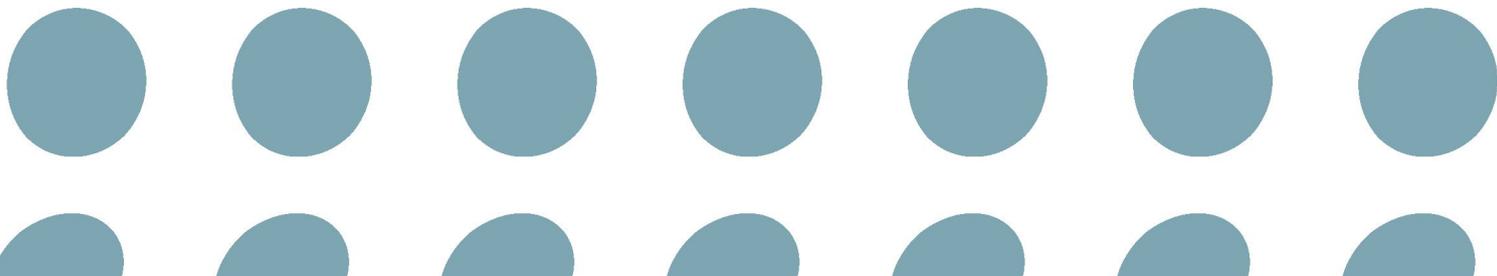
**MOBILE 2.0:** pretende la integración de los servicios web, que actualmente disfruta un internauta desde su PC, en el propio móvil, buscando la interactividad, la aportación de contenidos por parte del usuario y la usabilidad.

**MOBLOGS:** blogs que ofrecen la posibilidad de publicar desde dispositivos móviles.

**PODCASTING:** sindicación de archivos de audio (audiocast) y vídeo (videocast) que permite suscribirse y descargarlos de forma automática y periódica para que el usuario lo escuche y/o visualice donde quiera o cuando quiera.

**POST:** Anotaciones o entradas que se hacen en un blog. Reflexiones, opiniones, críticas, pensamientos o cualquier tipo de información que se quiera ofrecer para que otras personas puedan leerlo y opinar. Son la esencia de las bitácoras.

**P2P:** Son redes que conectan distintos equipos en Internet de forma recíproca. Cada ordenador funciona a la vez de cliente y servidor. Su filosofía se basa en compartir: cuanto más contenido se comparta, más privilegios se obtienen.



**REDES SOCIALES:** Las Redes son formas de interacción social, definida como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos.

**RSS:** formato de datos utilizado para distribuir contenidos a través de feeds (otro formato distinto es Atom).

**SINDICACIÓN:** suscripción a contenidos breves y actualizados de fuentes de información (feeds), haciendo posible que se comparta y use en otras páginas web o programas. Es la manera que tienen algunos portales de Internet de propagar sus contenidos automáticamente a los usuarios habituales de sus sitios web.

**TAGS:** término anglosajón que hace referencia a las etiquetas utilizadas para describir y contextualizar la información. Permiten al usuario clasificar la información a través de palabras clave.

**TDT:** Televisión Digital Terrestre. Nombre con el que se conoce en España al estándar de transmisión digital de televisión DVB-T (Digital Video Broadcasting - Terrestrial), es la evolución de la televisión analógica convencional, empleando tecnologías digitales de procesado de video y la red terrestre de radiocomunicaciones para su transmisión.

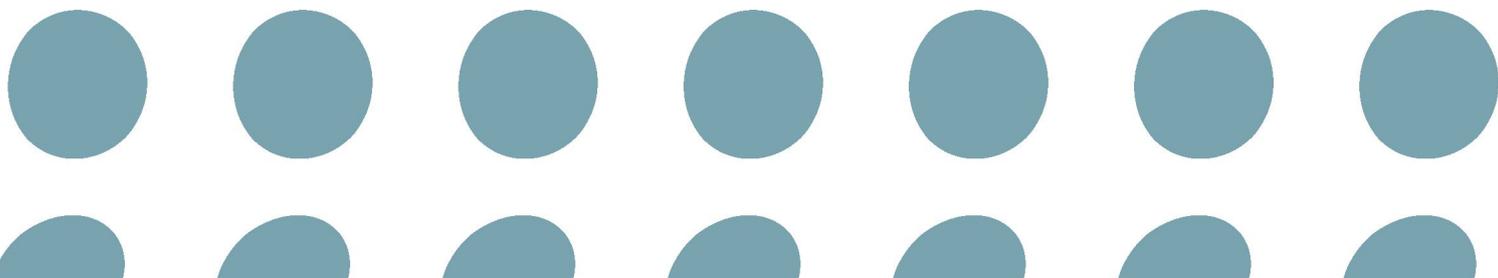
**TRACKBACKS:** enlaces inversos que notifican cuándo una de las anotaciones ha sido publicada en otro blog o bien advierten al responsable de este último si una de sus entradas ha sido referenciada en alguna bitácora.

**VÍDEOBLOGS:** blogs basados en contenidos de vídeo.

**WAP:** Wireless Application Protocol o WAP (protocolo de aplicaciones inalámbricas) es un estándar abierto internacional para aplicaciones que utilizan las comunicaciones inalámbricas, por ejemplo, para acceder a una página de Internet a través del teléfono móvil.

**WEB 2.0:** con el término web 2.0 se hace referencia no a un cambio tecnológico, sino a un cambio en la filosofía que identifica el uso actual que hacen tanto los internautas como las empresas de la Red. Una serie de aplicaciones y páginas de Internet que proporcionan al usuario el control de sus datos, permitiéndole pasar de ser exclusivamente consumidores a convertirse, además, en productores y creadores.

**WEBTOP:** aplicaciones que tradicionalmente han sido consideradas de escritorio (por ej. procesadores de texto, hojas de cálculo, calendario) a las que se puede acceder a través de la web. Estas páginas, ofrecen similares funcionalidades, pero en este caso virtuales, como el alojamiento de documentos ofimáticos y su visualización.





**WIDGETS:** pequeñas o mini aplicaciones que pueden “incrustarse” en páginas web, en la pantalla principal de nuestro buscador o incluso en nuestro propio escritorio. Gracias a ellos se puede consultar la predicción meteorológica desde el PC sin tener que acudir a la página web del Instituto Nacional de Meteorología o comprobar el significado de una determinada palabra en el diccionario de la RAE sin necesidad de ir a su portal corporativo.

**WIKCIONARIO:** Diccionario libre multilingüe basado en la tecnología wiki.

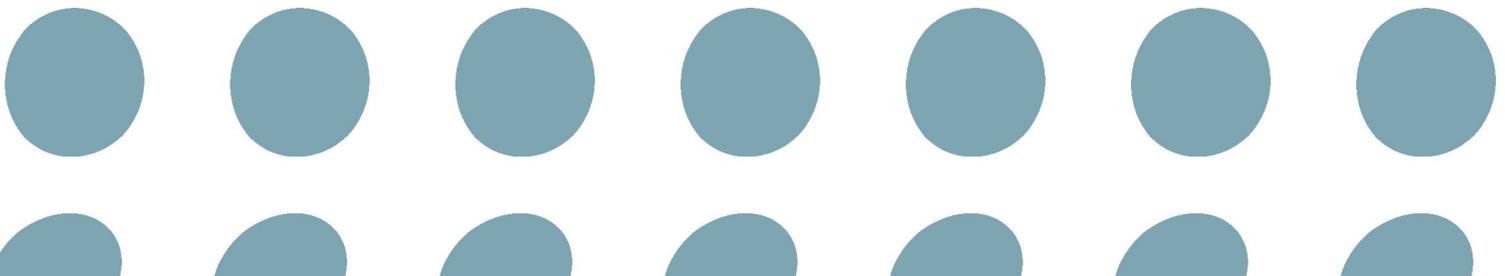
**WIKI:** sitio web que puede ser editado por varios usuarios siendo posible que cualquiera de ellos pueda crear, modificar, borrar el contenido de una página, de forma interactiva, fácil y rápida, lo que hace de esta herramienta una plataforma efectiva para la escritura colaborativa.

**WIKIQUOTE:** Colección de citas creadas de forma colaborativa basándose en la tecnología wiki.

**WIKILIBROS:** Colección de libros de texto y manuales basándose en la tecnología wiki.

**WIKIPEDIA:** enciclopedia libre universal basada en la herramienta wiki.

**ZAPPER:** se conoce con este nombre a los descodificadores de TDT que simplemente permiten visionar la televisión TDT pero que no soportan el estándar MHP Pueden presentar algún servicio avanzado pero no brindan todas las ventajas de la interactividad.

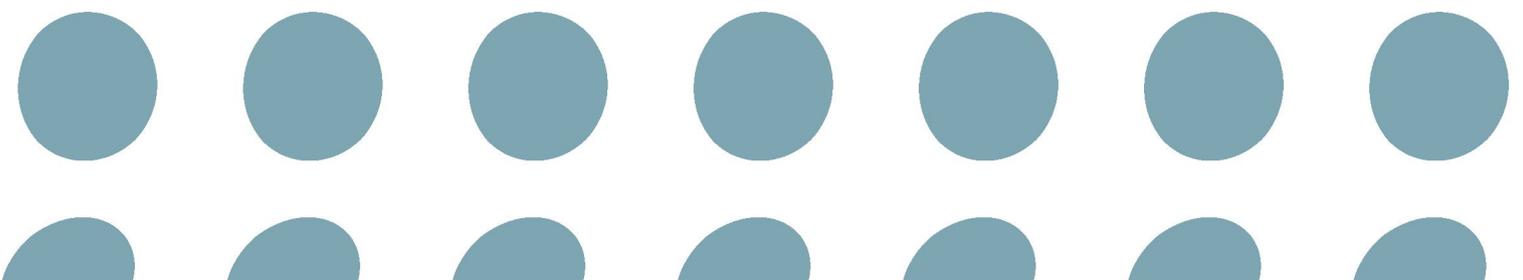
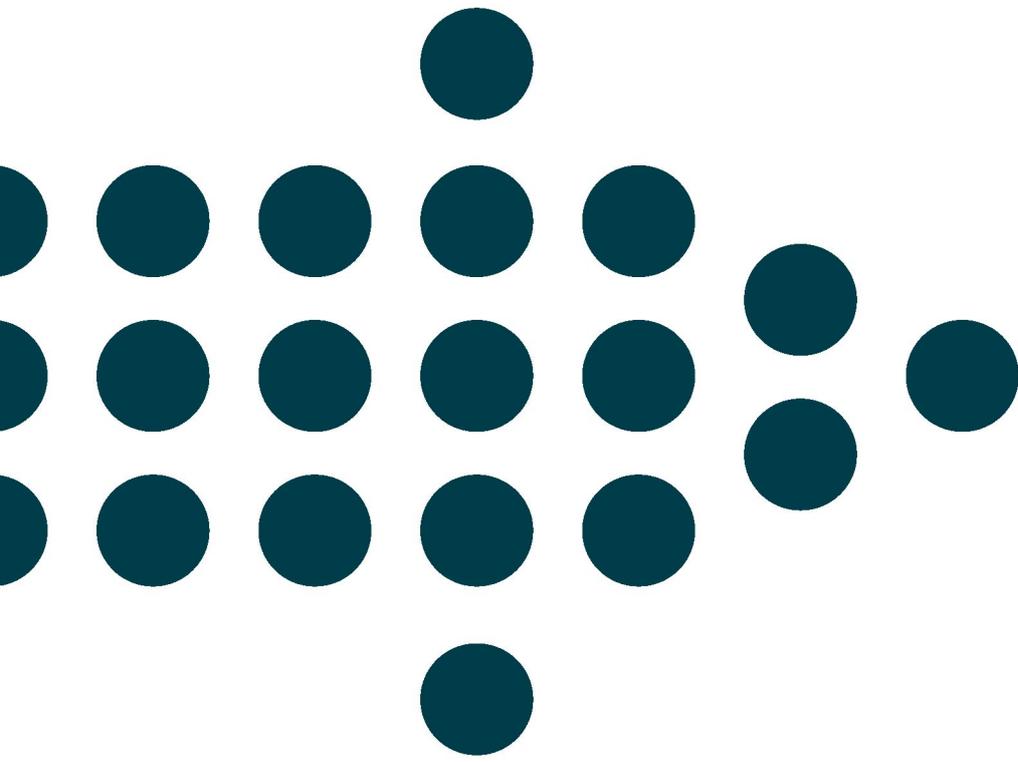




# CASTILLA Y LEÓN 2.0

10. COLABORACIONES



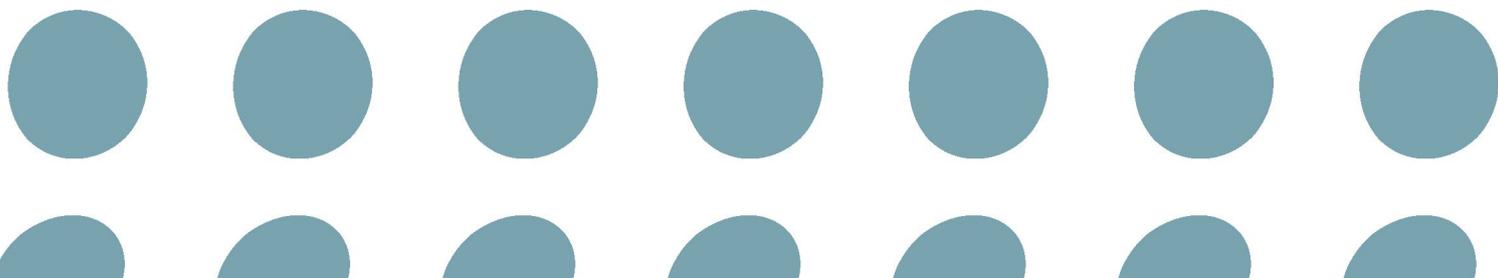


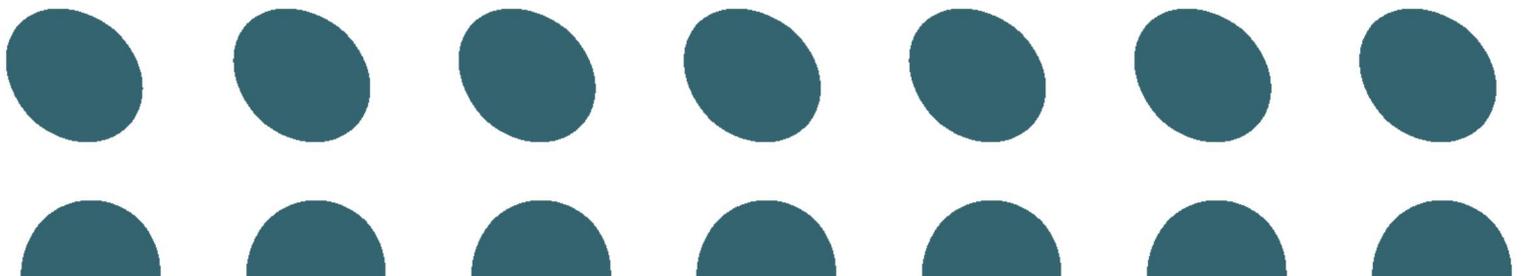


## 10. COLABORACIONES

Para la elaboración del presente estudio han colaborado los siguientes expertos:

- 1. Nacho Azcoitia**, Director General de Yahoo! España (<http://es.yahoo.com/>). Yahoo! España es un buscador y portal de referencia en servicios web 2.0.
- 2. Julio Alonso**, Director General de Weblogs SL (<http://www.weblogssl.com>). Weblogs SL es una empresa dedicada a la publicación de blogs especializados por temáticas. La empresa fue fundada en enero de 2005.
- 3. Jaime Estévez**, Director de Europa Press.net. La empresa Europa Press.net fue promotora, con la colaboración de Junta de Castilla y León, de la plataforma de e-Democracia CiudadanosdeCastillayLeón.net (<http://castillayleon.ciudadanos2010.net>) y del proyecto Cuadernos Ciudadanos (<http://www.cuadernosciudadanos.net>).
- 4. Enrique Dans**, reconocido blogger y profesor de Sistemas de Información en el Instituto de Empresa desde el año 1990. Sus intereses de investigación se centran en los efectos de las nuevas tecnologías en personas y empresas. Es colaborador habitual en numerosos periódicos y revistas en temas relacionados con Internet y las nuevas tecnologías, y escribe muy activamente sobre temas relacionados con Web 2.0 en su blog, [www.enriquedans.com](http://www.enriquedans.com).
- 5. Rafael Chamorro Marín** es Licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid y Director Adjunto de la Oficina Española de Turismo en Nueva York. Ha sido Presidente de la Asociación de funcionarios del Cuerpo Superior de Sistemas y Tecnologías, ASTIC (<http://www.astic.es>). Es autor de varios libros sobre Internet y nuevas tecnologías, y ha escrito numerosos artículos divulgativos sobre las TIC en la prensa especializada. Desde el año 2005 mantiene el blog Sociedad en Red (<http://www.sociedadened.info>) sobre el impacto de las nuevas tecnologías en la sociedad.



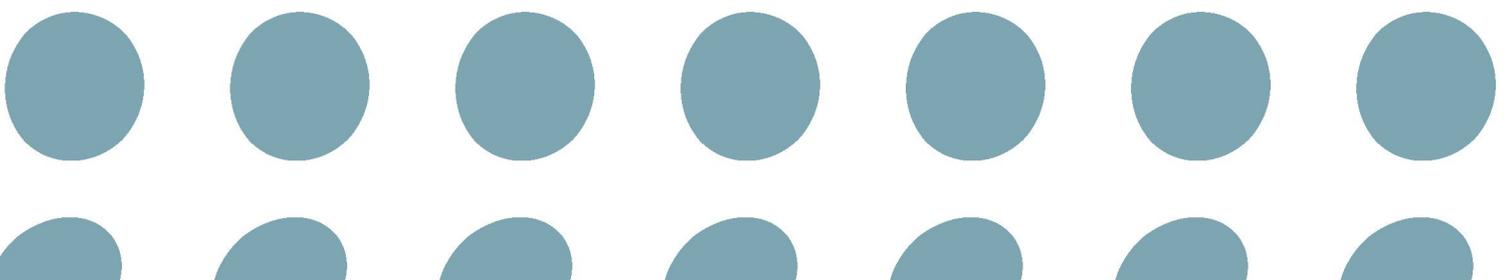
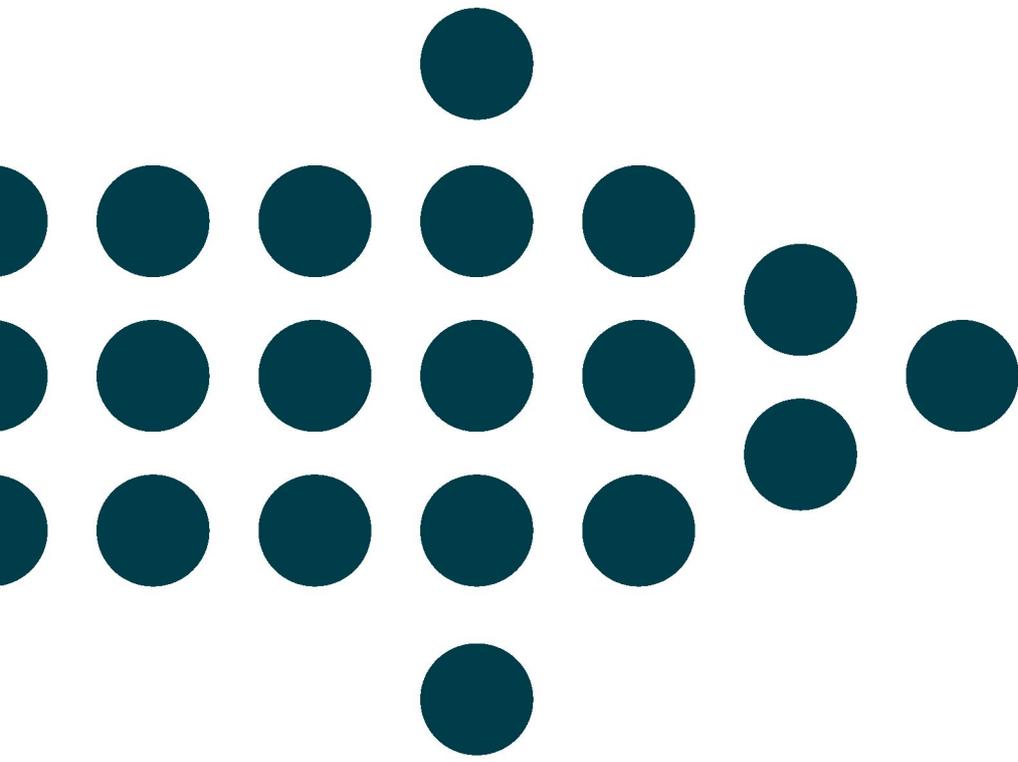




# CASTILLA Y LEÓN 2.0

11. BIBLIOGRAFÍA

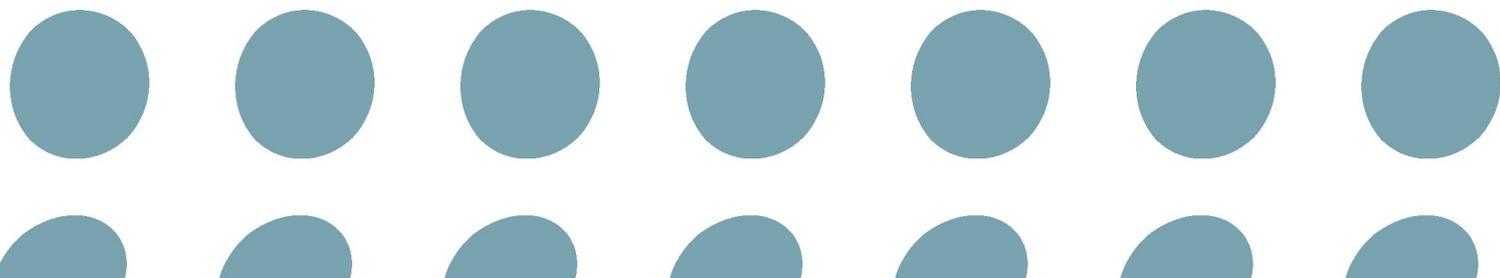






## 11. BIBLIOGRAFÍA

- A.R. "La Web 2.0 a un golpe de ratón desde el nuevo 'Mi Yahoo!'." Cadenaser.com 15/06/2007.
- Berners-Lee, Tim, and Mark Fischetti. Tejiendo la red. Madrid : Siglo XXI de España, 2000.
- Berners-Lee, Tim, James Hendler, and Ora Lassila. "The Semantic Web." Scientific American, 2001.
- "Ciudadanosdecastillayleon.net: Ciudadanos de CastillayLeon supera los 4.000 vecinos registrados en 140 municipios." Boletín Informativo del Observatorio Regional de la Sociedad de la Información 2007.
- "e-España 2007: Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España." Madrid: Fundación Orange, 2007.
- "E-Learning." IsoDynamic, 2001.
- "El Parlamento Vasco se abre a la e-participación ciudadana". 2006. eadminbog.net2008. <http://eadminblog.net/post/2006/12/20/el-parlamento-vasco-se-abre-la-e>
- Fumero, Antonio, and Genís Roca. "Web 2.0." Fundación Orange, 2007.
- Fuster, Jose Maria et al. "Banca 2.0: Modelo de servicios a empresas/clientes." SIMO: youliveK, 2007.
- García Cuenca, Javier et al. "Travel 2.0: Aplicación del nuevo modelo 2.0 en el sector turismo." SIMO: youliveK, 2007.
- "Gobierno electrónico y nuevos derechos humanos. Ciberciudadanía y derechos digitales: Ciudadanía 2.0." Dia a dia.net 13/11/2007.
- "Guía Breve de Web Semántica". 2006. Consorcio Worl Wide Web (W3C). 19/1/2008. <http://www.w3c.es/divulgacion/guiasbreves/WebSemantica>
- Jennings, David. "E-Learning 2.0, whatever that is". 2005. DJAlchemi. 14/01/2008. [http://alchemi.co.uk/archives/ele/elearning\\_20\\_wh.html](http://alchemi.co.uk/archives/ele/elearning_20_wh.html)
- "Las dos velocidades de la Web 2.0." Data.ti 06/2007: 38-41.
- Llergo, Antonio et al. "Government 2.0: Prácticas 2.0 en la administración pública." Web 2.0 SIMO: youliveK, 2007.





- Márquez Solis, Sofia. "La Web Semántica". 2008.  
<http://www.lawebsemantica.com>
- Múgica Ortiz, Javier. "Web Semántica para recuperar Información". 2006. 2007.  
<http://websemantica.iespana.es/>
- O'Reilly, Tim. "Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio." Boletín de la Sociedad de la Información:Tecnología e Innovación: Fundación Telefónica, 2006.
- Piñero, Rafael. "Los Mashups, uno de los pilares de la Web 2.0." teacher.com, 2007.
- Quittner, Josh. "Web Boom 2.0." TIME, 2006. Vol. 168.
- Rainie, Lee, and Bill Tancer. Wikipedia Users: Pew Internet and American Life Project, 2007.
- Redondo, José Manuel. "Estudio sobre uso, interés, conocimiento y percepción de la blogosfera española.". Madrid: Zed Digital, 2007.
- Reichenstein, Oliver. "Web Trend Map 2007." Information Architects, 2007.
- Renovell Gómez, Javier. "Conoce la nueva Web Revolución 2.0." PC Actual XVIII: 34-58.
- Salvador, Luis. "Comunicación política en la Red: La Blogosfera e Internet 2.0." SIMO: www.youlivek.com, 2007.
- Schnober, Carsten, and Joe Casad. "Los nuevos servicios de la red de redes: INTERNET 2.0." Linux Magazine: 13-26.
- Sánchez, Victor. "Fundetec: Una fundación 2.0." Web 2.0-SIMO: www.youlivek.com, 2007.
- "Web 2.0 Journal.com". 2008. SYS-CON Publications, Inc.2008.  
<http://web2journal.com/>

