



CYLDIGITAL

www.orsi.jcyl.es · orsi@jcyl.es

EL VOLUNTARIADO VIRTUAL 110 | **INFOEVENTOS** 121 | **LAS REDES SOCIALES** 118 |
CROWDSOURCING 126 | **EL COMMUNITY MANAGER** 128 | **AYUNTAMIENTOS 2.0** 130



La importancia
de los Blogs
y las Redes
sociales

CYLDIGITAL #4



CONSEJO DE REDACCIÓN

DIRECTORA D^a Carolina Blasco, Directora General de Telecomunicaciones.

VOCALES D. Evaristo Abril, Catedrático de Teoría de la Señal y Comunicaciones de la Universidad de Valladolid y Presidente del Colegio Oficial de Telecomunicaciones de Castilla y León. D. Fernando Almaraz, Profesor Titular en Fundamentos de Análisis Económico y Director del Servicio de Innovación y Publicación Digital de la Universidad de Salamanca. Gerardo Pastor, Presidente del Centro para el Desarrollo de las Telecomunicaciones de Castilla y León, CEDETEL. Gema Patón, Técnico Superior de la Junta de Castilla y León. Guadalupe Morcillo, Doctora en Filología Clásica. Oficina Técnica de la Dirección General de Telecomunicaciones.

SECRETARIO Juan María Martín, Máster Universitario en e-Commerce y e-Business para PYMES. Oficina Técnica del ORSI.

SECRETARIO ADJUNTO José Miguel Benito, Técnico de la Junta de Castilla y León.

COLABORADORES DE ESTE NÚMERO Alberto Pena, Francisca Sánchez Santos, José Ortega Mohedano, Juan Carlos González González, Francisco José García Peñalvo, Enrique Dans, Chiqui Esteban, Equipo de Organización de iRedes, Equipo del Espacio CyL Digital de Burgos, Diego Santillana Urrea, Óscar Mena, Jezabel González Díez, José Luis Rodríguez, Manuel Ferreira Recio, Juan Pablo Hervas Garrachón, Benigna Blanco Alonso, Beatriz Arribas Pérez, Víctor Caballero García y Guadalupe Morcillo.

EDITA Observatorio Regional de la Sociedad de la Información, (O.R.S.I.)
Consejería de Fomento - Junta de Castilla y León.

REDACCIÓN Rigoberto Cortejoso 14 - 47014 Valladolid.

DISEÑO E IMPRESIÓN www.makketa.com **makketa.**

Depósito Legal VA-1042-2006 **ISSN** 2171-5823

El Observatorio no se hace responsable de las opiniones vertidas por los autores de los artículos que aparecen en la revista.

Email revista@cyldigital.es

LA TIRA CÓMICA
Las Redes Sociales



SUMARIO



07 CIUDADANO /

- 07 Del Oráculo de Delfos a las Redes Sociales
- 08 La Productividad revoluciona la Tecnología
- 10 El voluntariado Virtual

12 EDUCACIÓN Y TIC /

- 12 InfoEventos que difuminan la barrera entre lo presencial y lo virtual
- 14 La red social "myelvin"

15 ENTREVISTA / Enrique Dans

18 ACTUALIDAD /

- 18 Las Redes Sociales
- 24 El mapa de las redes sociales en Iberoamérica

26 EMPRESA /

- 26 Crowdsourcing: Descubre qué pueden hacer los usuarios por ti
- 27 Herramientas 2.0 para empresas
- 28 El Community Manager

30 SERVICIOS PÚBLICOS DIGITALES /

- 30 Social Media en Castilla y León: ayuntamientos 2.0
- 32 Webs sanitarias Fiables
- 33 Burgos integra bajo una misma red sus Servicios de Emergencias

34 ¿QUÉ SIGNIFICA?

35 NOVEDADES TIC

36 PRÁCTICA

38 HERRAMIENTAS EN LA RED

40 TEST TECNOLÓGICO / Gines Clemente

42 ¿QUÉ HA PASADO?

44 Y EN EUROPA ...

46 AYUDAS Y CONVOCATORIAS / AGENDA



scopeo Infoeventos

Próximos eventos en
Burgos, León y Salamanca.

Inscríbete en:
www.scopeo.info/eventos



Junta de
Castilla y León



CAMPUS DE EXCELENCIA
INTERNACIONAL
STUDII SALAMANTINI
UNIVERSIDAD DE SALAMANCA



EDITORIAL

Estimados lectores,

Este número de la revista CYL Digital llega cargado de interesantes temas en torno a las redes sociales.

Como ya avanzábamos en la edición anterior, durante los días 24 y 25 de Febrero se ha celebrado en Burgos el I Congreso Iberoamericano sobre Redes Sociales, en el que se han dado cita usuarios y expertos para debatir sobre el futuro de las redes sociales, su implantación en la empresa y su evolución futura, entre otros temas.

Nuestro reportaje de actualidad trata sobre las redes sociales y la importancia que han adquirido en planos tan diferentes como el empresarial, el comunicativo, el lingüístico o el político. También analizamos en él aspectos como el origen y futuro de las mismas, así como su influencia en Iberoamérica.

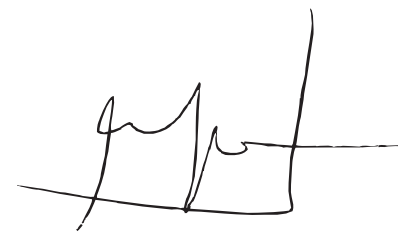
Berto Pena nos hablará sobre la Productividad y la tecnología y Francisca Sánchez nos descubrirá las posibilidades que estas herramientas dan a la hora de trabajar con el voluntariado. Cerrando este apartado de 'Ciudadanos', y comparándolo con la antigüedad, nos detendremos en el papel que las redes sociales han adoptado como nuevos medios de comunicación, siendo éste un denominador común en todas ellas.

En la sección 'Entrevista a...' hemos querido conocer a Enrique Dans, Profesor del Instituto Empresa y destacado bloguero, que nos ha revelado sus impresiones sobre las redes sociales y otros temas de actualidad relacionados con la Sociedad de la Información.

Respecto al sector empresarial, Oscar Mena nos presta su conocimiento hablándonos de un nuevo perfil profesional, el Community Manager. Conoceremos, además, recursos de compartición, difusión y participación, como el Crowdsourcing, y otras interesantes herramientas gratuitas dentro del entorno 2.0.

Como es habitual hemos querido conocer el uso que hace de las tecnologías otra personalidad destacada de Castilla y León. En este caso hemos contado con el presidente de la Asociación de Empresa Familiar de Castilla y León, Ginés Clemente.

Esperamos que disfrutéis de este número.



Carolina Blasco Delgado
Directora General de Telecomunicaciones
Junta de Castilla y León

Cartas de los Lectores

En esta sección queremos dar respuesta a las cartas recibidas de nuestros lectores en la dirección revista@cyldigital.es. Las cartas podrán ser extractadas, si la dirección de la revista lo considera oportuno. Para su publicación, es imprescindible que el autor proporcione una dirección de correo electrónico.

"¡Hola! He estado mirando en el apartado de noticias de la web cyldigital y he visto que publicáis una revista llamada "Revista Cyl Digital". ¿Dónde puedo encontrarla? ¿En el centro de León podría consultarla? Me parece una idea maravillosa para estar al día en las nuevas tecnologías. Gracias por vuestro entusiasmo y ayuda, un saludo."

Estimado/a Lector/a:

La revista se puede consultar en todas las bibliotecas públicas de Castilla y León, Cybercentros y espacios Cyl Digital en formato papel. También puedes acceder a ella en formato electrónico a través de la web de Cyl Digital, en la dirección www.cyldigital.es/servicios/biblioteca-digital/revista-cyldigital-es, donde podrás encontrar la última publicación de nuestra revista para estar a la última en todo lo referente a la actualidad tecnológica.

A través de Issuu, podrás encontrarla en la dirección issuu.com/orsicyl de donde podrás descargarla en formato PDF, así como en la web del ORSI, en la dirección www.orsi.jcyl.es/revista.

Existe otra alternativa interesante que es recibir la revista directamente en tu correo. Para ello has de darte de alta en "Micyldigital", pulsando sobre "Mi perfil". Posteriormente se accede a la pestaña "Editar", clicando sobre el botón "Mis boletines". Debajo aparece el Texto "Suscripciones del boletín actuales. Selecciona el boletín(es) al cual desea suscribirse o darse de baja". Si marcas la casilla que hay al lado de Revista Cyl Digital, podrás recibir la revista nada más salir.

Agradeciendo tu interés, recibe un cordial saludo de la Redacción de Cyl Digital.

Del Oráculo de Delfos a LAS REDES SOCIALES

"Si no estás en ninguna red social, no existes"

Guadalupe Morcillo Expósito

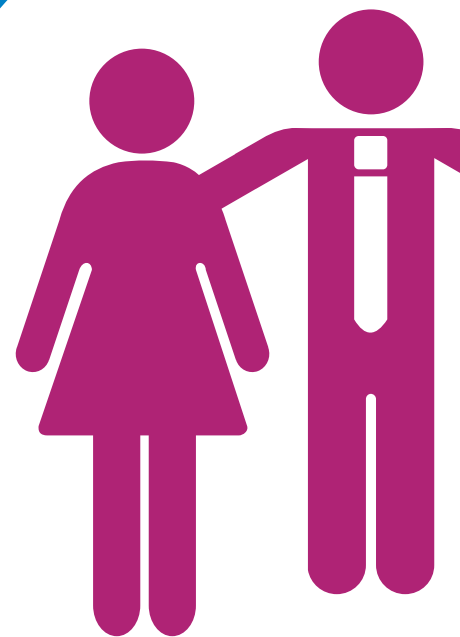
Al oráculo de Delfos, recinto sagrado dedicado al dios Apolo, acudían los griegos para preguntar a los dioses cuestiones que les inquietaban. Si en un principio el oráculo se basaba en una técnica adivinatoria, con el tiempo fue adquiriendo tal grado de importancia que las peticiones fueron variando. No sólo se hacían consultas sobre posibles enfrentamientos, reinados, gobernante, etc., sino que las consultas eran también sobre matrimonios, viajes y otros asuntos domésticos.

Las personas que se acercaban al oráculo eran de todo tipo, desde grandes reyes hasta gente pobre. El número de consultas creció tanto que fue necesario nombrar hasta tres pitonisas para poder atender las innumerables peticiones que se hacían, sin contar con la proliferación de oráculos distribuidos por toda la geografía helena. La importancia atribuida al oráculo hizo de Delfos el centro cósmico, el ónfalo, que favorecía y propiciaba la comunicación entre el mundo de los hombres, el mundo de los muertos y el de los dioses.

Si la Red de Redes, Internet, nació allá por los años 60 en un contexto y con fines militares, tal y como hoy la conocemos es el resultado de una sucesión de un amplio catálogo de redes que han ido incorporando aplicaciones cada vez más sofisticadas y especializadas: en música, en fotografía o simplemente redes que surgen con el objetivo de propiciar las relaciones laborales y sociales.

Los 550 millones de usuarios en Facebook, los 150 millones de Twitter, los 75 millones de LinkedIn, los 9 millones de Tuenti o los 5 millones Bebo, entre otros, demuestran que el número de usuarios en las redes sociales crece exponencialmente. Cada vez hay más gente conectada y eso hace que haya más usuarios potenciales de redes sociales.

¿Cómo? ¿Quién? ¿Qué? Quienes acudían al oráculo y quienes acuden a las redes sociales; de cualquier condición social y de cualquier edad; en Delfos o en cualquier otro lugar de la geografía griega; en las miles de redes sociales existentes; y con finalidades diferentes; de lo que no hay duda es de que, así como el oráculo de Delfos se convirtió en el centro del mundo clásico, en el centro cósmico, las redes sociales se han convertido en parte de nuestras vidas, en una herramienta de comunicación que mueve masas. No son sólo un centro ilimitado de información, sino que además se han convertido en una actividad sociológica inigualable que ha ido creciendo exponencialmente hasta llegar al fenómeno que hoy conocemos.



Cada vez hay más gente conectada y eso hace que haya más usuarios potenciales de redes sociales

LA PRODU REVOLUCIONA LA

Tus hábitos personales te ayudan

La Tecnología sin la Productividad Personal no sirve de nada

Alberto Pena

Escritor, conferenciante y formador en Productividad y Gestión Personal. www.albertopena.com

El primer gesto de muchas personas al empezar la jornada de trabajo suele ser encender el ordenador. Antes, de camino al trabajo, muchos ya han revisado su Email desde su teléfono móvil. A golpe de clic, y casi sin darnos cuenta, abrimos poco después el navegador, el procesador de textos, la aplicación de mensajería... Nos rodeamos de Tecnología por todas partes para hacer mejor nuestro trabajo. Pero, ¿lo hemos conseguido? ¿Nos ha hecho la Tecnología mejores en el trabajo?

"La potencia sin control no sirve de nada". Parafraseando este conocido eslogan publicitario yo diría que "la Tecnología sin Productividad no sirve de nada". Es inútil que nos den Internet, herramientas de comunicación, aplicaciones de gestión, utilidades para potenciar nuestro trabajo, si no contamos con unos buenos hábitos personales que nos ayudan a usar bien toda esa potencia. Sin Productividad Personal la Tecnología es menos.

A la hora de conseguir resultados, de optimizar el esfuerzo, de adelantar proyectos, de completar las tareas diarias, la Tecnología no es el lugar donde deberíamos poner nuestros esfuerzos, sino en la Productividad Personal, en los hábitos y rutinas que hacen que lo mejor de ti salga a la luz y que te permiten utilizar la Tecnología de forma eficaz, inteligente, provechosa.

A lo largo de mi tortuosa y prolongada relación con la Productividad Personal he aprendido algunas poderosas lecciones. Algunas han cambiado por completo mi forma de trabajo. Me gustaría compartir cinco de mis descubrimientos en el mundo de la Productividad, comenzando por la Tecnología.

1.- Menos Tecnología pero conócela mejor

La Tecnología e Internet son grandes esclavos pero pésimos jefes. Si no sabes utilizarlos, si no sabes dominarlos, te someten. Yo durante años puse mis "esperanzas productivas" en cualquier cosa que llevara un apellido tecnológico. Pensaba erróneamente que, simplemente por



ACTIVIDAD TECNOLOGÍA

¿Cómo sacar más de la Tecnología que te rodea

La Tecnología e Internet son grandes esclavos pero pésimos jefes

tenerlos cerca, sería más productivo, organizado y eficaz. Error infantil.

Si no sabes conducir, el hecho de circular con un coche más potente no te convierte en mejor conductor. Así que volví a la casilla cero y empecé a desprenderme o cambiar toda la Tecnología que me rodeaba. Hice una dieta tecnológica que incluyó, además, un ingrediente que considero clave: conoce mejor tus herramientas.

Si buena parte de tu trabajo depende de una o dos aplicaciones, debes tomarte la molestia de descubrir sus secretos. No sólo "conocerlas", sino dominarlas y destriparlas hasta poder enseñar a otras personas. Así es cómo la Tecnología sí se vuelve productiva. Si no, no es más que "grasa digital" que sobra.

2.- Te hace sentir bien, satisfecho y útil

¿Verdad que más de una vez ha ocurrido que en una mañana has hecho el equivalente a lo de todo un día de trabajo? Y ¿cómo te sentiste en ese momento de máxima productividad? Satisfecho contigo mismo, ¿verdad?

El lograr terminar nuestras tareas, con total concentración y entrega, hace que te sientas bien, satisfecho, capaz y útil. Esa fabulosa sensación nace de verte haciendo y terminando las cosas sin distracciones y con absoluta concentración. Eso te llena como profesional y hasta como persona.

3.- Te ayuda a centrarte en lo verdaderamente importante

Cuántas veces hemos oído decir: "Es que no me llegan las horas del día". ¿De verdad estás dedicando tu tiempo a las cosas verdaderamente importantes? ¿O te dejas atrapar por las pequeñas trampas o el mal uso de la Tecnología que te rodea?

Es sorprendente lo mal que administramos nuestro tiempo, nuestra energía y las aplicaciones con las que trabajamos.

La Productividad Personal hace que empieces a valorar cada cosa que haces y a utilizar Internet y el software siempre en tu beneficio,

La Productividad Personal son los hábitos y rutinas que hacen que lo mejor de ti salga a la luz

sin que te roben ni tiempo ni energía de más.

4.- Te permite conseguir más horas al día

A medida que vas afinando tus hábitos, descubriendo nuevas pistas y mejorando el uso de las herramientas tecnológicas, vas perfeccionando tu Productividad. Eso tiene un efecto tan inmediato como sorprendente: dispones de más tiempo cada día.

El concentrarte en lo importante, las claves de tu día, relegar lo menos importante a un quinto o noveno plano, y desde luego, despreciar todo lo insignificante, te permite completar las tareas mucho antes y disfrutar de más tiempo para otras cosas: tus aficiones, tu descanso, tu familia...

5.- Te ayuda a ser más creativo e imaginativo

La organización que va de la mano de la Productividad te permite liberar a tu mente de la tarea de "tener que organizar las tareas". El desembarazarte de esta pesada carga te permite dedicarte a lo importante: generar ideas, madurar proyectos, crear nuevas propuestas, pensar en alternativas, proponer soluciones, idear mejoras para tu trabajo, etc. Además, descubres cómo la Tecnología ahora sí te ayuda a madurar y concretar mejores ideas. Por fin es una herramienta útil que potencia los resultados de tu trabajo.

Cuando alcanzas cierto grado de Productividad y organización, puedes desatar tu potencial creativo y disfrutar más de lo que haces, inventando nuevas cosas o dando con sorprendentes soluciones a problemas que parecían imposibles de resolver.

Es formidable y revelador el poder de la Productividad Personal. Es una forma de reinventarte, de sacar a la luz tus mejores cualidades, de aprovechar mejor las horas del día, de exprimir y sacar más de las aplicaciones y los gadgets que te rodean.

Es lo que durante muchísimos años de mi carrera profesional no disfruté. Desde que lo descubrí decidí dejarlo todo y dedicarme por entero a contárselo a otras personas.

EL VOLUNTARIADO V

Otra forma de participación en fines sociales



Francisca Sánchez Santos

Consultora TI

Las ONG's cada vez con más frecuencia se están sumando al uso de las nuevas tecnologías de la información y muchas de ellas han sabido aprovechar las oportunidades que ofrece Internet, tanto para comunicar sus mensajes, ideales, objetivos y mejorar su gestión interna, como para facilitar la participación de los ciudadanos comprometidos con los diferentes fines sociales que desde las mismas se promueven.

Las organizaciones sin ánimo de lucro utilizan las nuevas tecnologías de diferente modo, pero en su mayor parte se han sumado al uso del software libre. Entre las herramientas más empleadas destaca el uso de los grupos de correo, las videoconferencias, los foros, la telefonía por internet, los blog, las bitácoras, los smartmob, etc.. Pero sobre todo, es de destacar la promoción del voluntariado virtual a través del ciberactivismo y la utilización de redes sociales.

Las tareas más demandadas para este tipo de voluntariado se refieren a asesoramiento técnico, captación de fondos, asesoramiento legal, contable o informático, (sobre todo relacionado con las Web) diseño gráfico, tratamiento de textos, recopilación de documentación a través de Internet, redacción de artículos, traducción de documen-

tos y formación o ciberactivismo.

Involucrar y mantener a voluntarios virtuales es relativamente fácil para una organización que cuente con una "causa" ya que bastaría con contar con un correo electrónico, mensajería y una cuenta de Skype o iVisit. Además herramientas como Google Groups o Yahoo Groups y los calendar de Yahoo o Google permiten gestionar grupos de discusión y activismo, tanto de voluntarios en línea como de voluntarios presenciales.

La clave del éxito de este tipo de acciones en línea se basa en la aplicación de estándares básicos de gestión de cualquier tipo de voluntariado, ya que cualquier voluntario presencial o virtual necesita apoyo, retroalimentación y reconocimiento.

Para el voluntario, el ciberactivismo es un método rápido y sencillo de prestar apoyo a una causa solidaria sin necesidad de acudir a ningún lugar y sin invertir mucho tiempo y recursos, ya que sólo se precisa un equipo informático o un teléfono móvil con conexión a internet y que permite alcanzar cierto grado de compromiso social, tan loable como el del voluntario presencial.

VIRTUAL



Aunque recoger firmas para servir a una causa viene de antiguo, el hecho de que esto pueda hacerse por Internet ha multiplicado su frecuencia.

Actualmente no es extraño encontrar a organizaciones que dedican parte de su Web al ciberactivismo, que consiste, principalmente, en la realización de campañas de denuncia por Internet de terminadas situaciones injustas o irregulares.

Generalmente, el objetivo es que muchas personas envíen una carta a alguna institución o personaje público solicitando el reconocimiento de ciertos derechos a minorías o personas determinadas por actuaciones que violan los derechos humanos o restringen derechos y libertades reconocidos en la normativa internacional. En otras ocasiones, se trata de realizar presión para la liberación de presos de conciencia. Existen, incluso, portales o redes en internet que recopilan las ciberacciones de diferentes ONG's clasificándolas por temáticas de interés y/o por entidad y que difunden a través de sus Web sus contactos y Redes Sociales.

Sin embargo, el ciberactivista debe ser cauteloso al elegir en qué y

para qué ciberactúa. En todo caso, se debe dudar de toda ciberacción en la que no se explique claramente el caso y lo que se pretende, en la que se pidan datos personales innecesarios o en la que no se pudiera contactar con el colectivo que la propone.

Otra forma frecuente de participación a través de voluntariado virtual, cada vez más utilizados por las entidades Sin Ánimo de Lucro, es a través de las Redes Sociales y las cadenas de mensajes vía email. La sugerencia de envío de un mensaje a los amigos y conocidos multiplica el número de destinatarios, haciendo que cada vez se extienda a más personas. Esta capacidad de difusión alcanza su grado óptimo cuando se transmite a través de plataformas como Twitter o Facebook.

Las ONG's tampoco están siendo ajenas a este marco de posibilidades de difusión que las Redes Sociales ofrecen y, cada vez más, desarrollan a través de ellas perfiles paralelos a sus propias Web en los cuales se promueve la participación activa de seguidores e interesados o, simplemente, se les informa e invita a que muestren su opinión o comentarios a cerca de campañas, actividades o iniciativas.

INFOEVENTOS

que difuminan la barrera entre

lo presencial
y lo virtual



José Ortega Mohedano
Coordinador de SCOPEO

Las ya no tan nuevas tecnologías de la información y la comunicación – y eso que nacieron no hace tanto, en la última década del siglo XX - han revolucionado casi todo. También los eventos, ya sean jornadas, coloquios, congresos o ferias. Los cambios afectan a prácticamente todos sus procesos o momentos de desarrollo, desde la difusión (medios), pasando por sus distintas modalidades (presencial, a distancia, mixto o incluso de avatares), hasta llegar a la expedición de los certificados o títulos (comprobación de asistencia, firma digital).

Es difícil imaginarse ya hablar de un acontecimiento sin que se haga ruido en la red, en donde un rumor dedicado y dirigido a las personas interesadas resulta mucho más eficiente. También empieza a ser casi una norma la retransmisión (en directo) de los eventos a través de Internet. O, incluso, cuasi ya una obligación cumplimentar el acto presencial con actividades antes, durante y con posterioridad, desarrolladas a través de las redes sociales. Por ejemplo, el uso de twitter, herramienta para el envío de mensajes cortos, para hacer comentarios al ponente durante el acto o, también, tratar en foros o videoconferencias previas al evento los contenidos del mismo, establecer reuniones - a través de Facebook, por ejemplo - para así aprovechar mejor el limitado tiempo del propio acto presencial.

Por un lado, gracias a herramientas gratuitas o de pago, como ustream.tv, Adobe® Connect™, webex.com, entre otras, podemos llegar a retransmitir o celebrar seminarios vía web (webinarios), videoconferencias o, incluso, rizando el rizo, conferencias en Second Life®: es decir, ¡eventos a los que asisten sólo avatares!

Por otro, distintas iniciativas -como la de TED- nos muestran que podemos dar un micrófono - ¿o debiera mejor decir un megáfono? - a los grandes pensadores, democratizar la sabiduría y ponerla al alcance de todos. Hacer accesible al sabio. Liberar sus ideas. Y lo mejor de todo es que, almacenadas en la nube digital (cloud computing), serán accesibles para siempre.

En definitiva, desde cualquier rincón del mundo, Internet permite globalizar los eventos. Con humildad, también SCOPEO, el Observatorio de la Formación en Red, se suma a esta nueva ola de difusión abierta del conocimiento. El pasado 15 de Marzo se organizó, en Valladolid, el primero de cuatro "SCOPEO InfoEventos 2011", que se celebrarán en Castilla y León, siguiendo una novedosa pro-

puesta formativa-interactiva, combinado de "ponencia, coloquio y taller, más el apoyo de las redes sociales y de la retransmisión en directo". Bajo la idea o visión de "yo también puedo ser como él (o ella)", el objetivo es hacer accesible la educación del futuro a los asistentes presenciales y a distancia de cada infoEvento, a través del saber hacer de las personalidades más relevantes del panorama de la formación en red (o e-learning). Centrándonos en sólo dos pioneros digitales por jornada, distintos cada vez, se procurará desvelar los detalles y entresijos de sus conocimientos y transmitir las experiencias reales de quiénes son los referentes o paradigmas de profesores 2.0 en España. A tal fin, se incentivará y promoverá el diálogo y la interacción continua de los asistentes con los expertos digitales invitados.

Sócrates, Platón, Aristóteles...y tantos otros...qué pena. En la hoy retomada educación de mentores, alegrémonos los telémacos de poder disponer de un registro, perdurable, de las nuevas academias.

Internet, ¡qué gran invento!

FUENTES

- Los diez mejores servicios de conferencias vía web gratuitos [en inglés] <http://tomuse.com/top-10-free-web-conference-services/>
- TED, ideas que merecen la pena difundir. <http://www.ted.com/translate/languages/spa>
- Cómo gestionar reuniones en Second Life [en inglés] <http://www.scribd.com/doc/16672376/Managing-Meetings-in-Second-Life-The-Protocol-Guide>
- Ustream.tv <http://www.ustream.tv>
- usalTV <http://tv.usal.es>

REFERENCIAS Y AGRADECIMIENTOS

- SCOPEO InfoEventos <http://www.scopeo.info/eventos>
- "SCOPEO InfoEventos 2011" es una iniciativa SCOPEO y el Servicio de Innovación y Producción Digital de la Universidad de Salamanca, y co-organizados por las distintas Universidades de Castilla y León, patrocinados por la Dirección General de Telecomunicaciones de la Consejería de Fomento y por la Dirección General de Calidad, Innovación y Formación del Profesorado de la Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León. Además, cuentan con la colaboración del Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas (CITA) de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- SCOPEO InfoEventos no sería posible sin la colaboración de todos y cada uno de los miembros del SIPD de la Universidad de Salamanca, de los distintos compañeros de la usalTV y unidades que, como SCOPEO, formamos parte de un mismo equipo.



La red social



Permite ponerse en contacto con otros usuarios europeos interesados en la práctica de un determinado idioma, o con intereses profesionales similares

Juan Carlos González González

Director de la Escuela de Administración Pública de Castilla y León

Francisco José García Peñalvo

Director del Grupo GRIAL de la USAL

Esta red permite abordar dos de los grandes problemas que se encuentra cualquier persona a la hora de practicar o mejorar su competencia en un idioma: la falta de motivación ante una práctica del idioma en situaciones artificiales, así como la falta de contacto con otras personas con intereses similares. La experiencia de la práctica del idioma por parte de los usuarios se ve enriquecida gracias a la existencia de contenidos actualizados y relevantes que se alojan en un repositorio de contenidos.

Myelvin se ha desarrollado a partir de software libre. Elgg constituye el núcleo de la red social y ha sido mejorado con el desarrollo de una serie de herramientas de perfiles, sistema de emparejamiento de perfiles, protocolo de petición de contenidos e integración con el repositorio construido a partir del software DSPACE, como elementos más destacables.

El proyecto no se centra únicamente en el aspecto tecnológico, sino que presta especial atención al aspecto pedagógico. Por ese motivo, se contempla la existencia de un mentor o usuario experto que guíe a quienes así lo necesiten para sacar el máximo provecho de su experiencia en la red y para mejorar su competencia en el idioma objetivo. Estos mentores o usuarios expertos encuentran apoyo para realizar su labor en una serie de manuales y cursos que proporcionan un conjunto de guías sobre las actividades que pueden ser sugeridas a los usuarios para mejorar su experiencia dentro del sistema.

La viabilidad del sistema se va a poner a prueba en dos experiencias piloto que se llevarán a cabo en Bulgaria, España, Hungría, Irlanda, Letonia y Portugal. La primera de ellas permitirá validar la usabilidad de la red social y sus herramientas para la práctica del idioma; la segunda experiencia piloto posibilitará probar distintos modelos de sostenibilidad del sistema.

El presente proyecto ha sido financiado con el apoyo de la Comisión Europea. Esta publicación es responsabilidad exclusiva de su autor. La Comisión no es responsable del uso que pueda hacerse de la información aquí difundida.



DG Educación y Cultura

Programa de acción en el ámbito del aprendizaje permanente

Enrique Dans



" Los blogs y las redes sociales acercan Internet al usuario, haciéndolo mucho más accesible "

Gurú de las nuevas tecnologías
y profesor del Instituto de
Empresa, intentamos conocer
algo sobre él y su opinión acerca
de los blogs e internet



Enrique Dans

CyL Digital – Se licenció en Biología por la Universidad de Santiago de Compostela, ¿cómo llegó al mundo de Internet? ¿De dónde surgió su interés por la Sociedad de la Información?

Enrique Dans - Gracias a mi padre entré en contacto con los ordenadores muy pronto, en una época en la que era muy poco normal disponer de uno, y me llamó la atención el tipo de cosas que se podía hacer con él y la manera en que modificaban los usos y costumbres. Mi interés viene de proyectar esos cambios vividos en lo individual hacia las empresas y hacia el conjunto de la sociedad.

CyL D. – Es usted articulista en varios medios de comunicación, desde la prensa escrita a la prensa online, además de tener su propio blog. ¿En qué medio se siente más cómodo y por qué?

E. D. - El blog es decididamente lo más cómodo. Es como el salón de mi casa: decido el tema, controlo el tono, el aspecto, etc. Después, prensa, particularmente cuando encuentras a un buen periodista que sabe preguntar. La radio es más complicada y la televisión - la cámara en general - me sigue poniendo nervioso, aunque generalmente consigo olvidarme de que el micrófono o la cámara están ahí al cabo de un rato.

CyL D. – Su blog es toda una referencia en materia de tecnología y empresa, siendo uno de los más seguidos en la red por los internautas en castellano. ¿Cuál cree que es la clave para que su blog haya tenido tanto éxito en la red?

E. D. - Creo que la clave está en integrar el blog en tu vida, de manera que te sirva para otras cosas. Mi blog no es un fin en sí mismo, sino la manera de obligarme a estar actualizado para mis clases, la forma de producir y probar material para artículos y conferencias... es parte de un ciclo de tratamiento de la información. Invierto mucho más tiempo en leer que en escribir y eso me asegura un flujo constante de temas que analizar.

CyL D. – En los últimos años se ha convertido usted en un referente de opinión sobre la Sociedad de la Información. ¿Es una consecuencia del éxito de su blog? ¿En cualquier caso, en qué medida cree que éste ha influido en esa conversión?

E. D. - El blog es simplemente un repositorio en el que recolectar cosas que ya hacía antes de tenerlo, unido a un medio en el que poder

dar salida a cosas que no podría publicar en otros sitios. Entre el año 2000, que regresé de los Estados Unidos, y el 2003 que creé el blog, publiqué en prensa más de trescientos artículos sobre la tecnología y sus efectos, lo que te da una idea del nivel de actividad que mantenía y que alimentaba mi actividad profesional en IE Business School. En realidad, detrás del blog hay formación y esfuerzo durante veinte años de experiencia profesional. Como decía Woody Allen, “tardas veinte años en tener éxito de la noche a la mañana”.

CyL D. – Blogs, redes sociales y otros canales de Internet se han convertido en los principales medios de información y divulgación de la opinión. ¿Cree que los usuarios pueden llegar a confundir Opinión con Información?

E. D. - Todo tiene su papel. Yo no soy periodista y tengo un gran respeto profesional por los periodistas. Aportamos cosas diferentes. Si alguien cree que los blogs sustituirán a la prensa es que no conoce los blogs o no conoce la prensa. Pero algunos elementos de los blogs, por su característica de elemento tecnológico aplicable a cualquier cosa, ya se han incorporado a la prensa: los comentarios, los reenvíos, los votos, etc. Pensar en hacer periodismo hoy como se hacía hace diez años es propio de fósiles de la profesión a los que convendría jubilar. Por el bien de todos.

CyL D. – Muchos periodistas reclaman que estos medios pueden llegar a devaluar la información por la falta de objetividad de las fuentes, la gratuidad del medio, etc. ¿Usted qué opina?

E. D. - No opino, demuestro. Pásate por mi blog o por muchos otros blogs bien hechos: te encontrarás un cuidado exquisito de las fuentes, unos vínculos que las apuntan y las resaltan, la posibilidad de ir más allá, de profundizar más de lo que el autor te cuenta... que no me cuenten historias de que “los blogs no son rigurosos y nosotros sí”. Eso son cuentos de viejas. Como en todo, hay de todo: en prensa hay periodistas muy buenos y periodistas muy malos. En los blogs pasa lo mismo. El blog es una herramienta puramente tecnológica, con ella puedes hacer lo que te dé la gana.

CyL D. - Como usted apuntaba en su blog, las redes sociales y los blogs, están siendo en algunos países catalizadores de revueltas políticas en busca de una mayor libertad. ¿Pueden producirse movimientos similares en otros ámbitos de la sociedad, como la cultura,

« Mi blog no es un fin en sí mismo, sino la manera de obligarme a estar actualizado »

« Los blogs y las redes sociales acercan Internet al usuario. Lo hacen mucho más accesible »»

las telecomunicaciones o incluso la economía?

E. D. - Por supuesto. La información y su control jugaban un papel fundamental en muchas cosas, en el desarrollo de monopolios u oligopolios en el mundo cultural - no hay más que ver el debate en torno a una ley Sínde que únicamente favorece a las entidades de gestión de derechos de autor - o en el mundo de la empresa. La batalla de la neutralidad de la red, que pretende socavar el funcionamiento de Internet como lo conocemos y convertirlo en un medio más bajo el control de las operadoras, es un ejemplo claro de "lucha de lo viejo contra lo nuevo". Pero nunca en la historia de la humanidad se ha detenido el progreso tecnológico por proteger los intereses económicos de unos pocos. Que lo tengan en cuenta.

CyL D. – Decía De Gaulle, que “La base de nuestra civilización está en la libertad de cada uno, en sus pensamientos, sus creencias, sus opiniones, su trabajo y sus ocios”. En Internet confluyen todos estos aspectos como antes lo hicieron en la literatura, luego en el cine y más recientemente en la televisión. ¿Cree que será Internet la base de nuestra civilización?

E. D. - Internet tiene un valor muy importante a la hora de reflejar esa civilización y sus aspectos fundamentales. Es un crisol en el que solidificar todo lo que pasa y tiene una mínima trascendencia para alguien, desde las fotos de unas vacaciones subidas a Facebook hasta la esencia de tu pensamiento político redactada cuidadosamente en una entrada en un blog. Piensa en la misión de una empresa que caracteriza el desarrollo de la web de manera sublime, Google: “organizar la información mundial para que resulte universalmente accesible y útil”. Llévelo a todos los niveles y ahí tienes una buena visión de lo que Internet significa para el desarrollo de la civilización.

CyL D. – La revista CyL digital trata de divulgar la Sociedad de la Información en Castilla y León. Desde su punto de vista como divulgador. ¿Qué cree que le pueden aportar los blogs y las redes sociales a aquellos que los desconocen?

E. D. - Los blogs y las redes sociales representan simplemente una disminución de las barreras de entrada en la red. Antes de que existiesen, allá por finales de los años noventa o principios de este siglo, tener una presencia en Internet era muy complejo e inaccesible para el usuario medio: había que saber programar, manejar un servidor,

hacer cosas que el usuario medio no sabía ni quería aprender a hacer. Los blogs reducen la complejidad de tener una presencia en Internet a la que conlleva escribir dentro de un recuadro. El software se encarga de todo lo demás y te ofrece unas posibilidades de personalización absolutamente ilimitadas. Las redes sociales, a cambio de limitarte algunas posibilidades estéticas (todas las páginas de Facebook o Tuenti tienen más o menos el mismo aspecto), lo hacen todavía más fácil. En un entorno en el que si no estás en Internet no existes (y no pienses que es una frase maximalista... ¿qué crees que hacen las empresas antes de entrevistarte, o donde crees que te va a buscar alguien antes de hablar contigo?), los blogs y las redes sociales acercan Internet al usuario, lo hacen mucho más accesible.

CyL D. – Está claro que Internet ha transformado nuestra sociedad. Si mañana dejara de existir Internet. ¿Habría que inventarla o cambiaríamos de registro y volveríamos al papel sin más?

E. D. - No existe la posibilidad de que Internet desaparezca. Es un desarrollo acumulativo, imparable, que no permite la vuelta atrás. Y cuando ves a alguien que “añora” la época en la que no teníamos Internet, lo que tienes delante es un inadaptado, un ignorante que no es capaz de proyectar su actividad en una red que es capaz de potenciarlo absolutamente todo. Pero el progreso nunca se ha detenido por los nostálgicos.

CyL D. – Paradójicamente, hay muchos ciudadanos que no conocen ni quieren saber qué es Internet, que conviven con los cambios sociales que la red ha provocado y que, sin conocerla, quizás son difíciles de entender. ¿Qué consejo les daría para entender esta nueva realidad?

E. D. - Es preciso entender que esos ciudadanos tienen una visión distorsionada de Internet, la que proviene de ver informativos en los que permanentemente se asocia Internet a fenómenos negativos, a robos, a pederastia, a abusos, a “síndromes” extraños jamás documentados y que siempre han estado ahí, mucho antes de que la red existiera. Esos ciudadanos son en realidad esclavos de unas percepciones que ni son suyas, ni resisten un análisis mínimamente serio. Si quieren permanecer en la ignorancia, allá ellos. Poco se puede hacer, pero que tengan en cuenta que la exclusión de la red es, en la sociedad de hoy, peor que una condena al ostracismo.

« La exclusión de la red es, en la sociedad de hoy, peor que una condena al ostracismo »»

Las REDES sociales

Actualmente, cuando hablamos de redes sociales casi todos pensamos inmediatamente en Facebook. Sin embargo, el concepto de red social traspasa el ámbito de la informática o Internet. Una Red social es un sistema de relaciones de diversos tipos en donde se comparten conocimientos a través de un código de comunicación común, por lo que podemos entender que son tan antiguas como la existencia humana.

No obstante, la aparición y popularización de Internet ha facilitado que se extiendan más allá del ámbito cercano al individuo.

Geográficamente, permiten llegar a zonas a las que jamás hubiésemos imaginado llegar. Sin embargo, esta limitación geográfica ya había sido superada recientemente por otros medios de comunicación, como el teléfono o el correo, con la limitación de que éstos no permitían poner en común una misma información con un grupo de individuos, de manera simultánea.

Lo que verdaderamente convierte en revolucionarios éstas nuevas redes basadas en Internet es su inmediatez en el ámbito temporal. Gracias a ellas, un individuo situado en Japón puede comunicar su estado de ánimo, inquietud o una información aparentemente irrelevante a un conocido suyo que vive en Suecia, a un amigo en América o a su novia china, de forma inmediata. Esto permite una forma de comunicación viral con una potencialidad ilimitada. Por ejemplo, algunos expertos apuntan como fruto de esa capacidad de comunicación la extensión de las revueltas por el Norte de África.

Es evidente que la penetración de las redes sociales a través de Internet no es tan elevada como cabría esperar. Solo en España se cifra el número de usuarios de las redes sociales en 2010 en torno al 50% de los usuarios de Internet. Sin embargo, si tenemos en cuenta que en 2009 esta cifra apenas llegaba a 30%, podemos observar su potencial capacidad de crecimiento en nuestro país.

Si observamos otros países como Brasil, donde el número de usuarios activos de las redes sociales asciende a 80 millones de un total de 200 millones de habitantes, estas potencialidades alcanzan cifras astronómicas.

Sin embargo, a estas alturas es indiscutible que estos espacios virtuales permiten a una persona aglutinar a otros usuarios que forman parte de su grupo de 'amigos' como se le conocen en las redes sociales digitales. También permiten compartir con ellos aquellas temáticas que son de su interés, desde el disco de su cantante favorito, hasta su idea política más trascendental, su noticia preferida del día o la última novedad en ropa que ha visto.

Si tenemos en cuenta que cada "recomendación" de este usuario llegará a una media de unos 100 internautas que estén conectados con él y suponemos que alguno de esos destinatarios compartirá ese mismo contenido con un número similar de amigos, podemos ver la rapidez con que se puede difundir un contenido, una idea o un mensaje publicitario, gracias a las redes sociales.

Génesis de las redes sociales

La comunicación es el eje sobre el que giran las relaciones personales desde tiempos remotos desde que nos agrupábamos en tribus, en gremios, en comunidades, en ciudades y, con la evolución de las tecnologías, también en redes sociales. Ya pronosticó Aristóteles que el hombre es un animal político y social, más gregario que las abejas.

El origen de los tejidos sociales virtuales viene dado por la ambición de extender el espacio de interacción en Internet, donde cualquiera pueda asociarse por sus intereses comunes en un universo virtual donde el networking es una religión.

Las redes sociales surgen a mediados de los noventa con classmates.com, red en la que el usuario ya establecía vínculos con antiguos compañeros y amistades. En 1997, nace "Six Degrees", con la teoría de que las personas se conectan universalmente por un nudo no superior a seis grados.

Un hito hispanoamericano en 2003 fue Neurona, surgida de usuarios de Infojobs.net y, a la postre, absorbida por la alemana Xing junto a eConozco. A partir de aquí, LinkedIn y Xing rivalizarán por el mercado hispanoamericano del networking profesional.

Es en 2003 y 2004 cuando surge el boom de las redes sociales. Desembarcan MySpace, Second Life, del.icio.us... o Hi5 (una de las más seguidas en Sudamérica, Portugal, Tailandia o Mongolia). Llega Flickr para fotógrafos amateur y profesionales, una joven Facebook y a la par Orkut, desarrollada por un empleado de Google en el 20% del tiempo libre otorgado, que con menos marketing que otros productos de Google es un

referente mundial para la comunidad luso parlante. Todo cambia y empieza a girar en torno a las redes en el 2005: Bebo y Youtube para intercambio de videos y un año después Tuenti y Twitter entran a escena.

Hoy en día siguen proliferando y podemos hablar, para completar el menú, de la consolidación de Facebook, de nuestro registro geolocalizado en Foursquare y de la versión Beta de una red social con código abierto llamada Diaspora... Y también podemos crear nuestra propia red social con ning.com.

Las redes sociales en Iberoamérica

Recientemente se ha celebrado en Burgos iRedes, el I Congreso Iberoamericano sobre Redes Sociales, donde expertos de diversos países de América Latina han puesto de manifiesto la situación de las redes sociales en sus países.

Cada recomendación de un usuario en una red llega a otros 100. Si alguno de ellos comparte con otros tantos, podemos hacernos una idea del potencial de difusión

A pesar de que la penetración de las redes sociales en Iberoamérica no es la que se puede observar en otros países más avanzados, gobiernos como el chileno han apostado decididamente por ellas para hacer una difusión de sus mensajes de manera más cercana a los ciudadanos, de tal forma que los propios ministros se han convertido en difusores de sus mensajes a través de las redes sociales, especialmente desde Twitter. Y todo ello sin intermediarios que filtren o interpreten la información. Esta situación ha permitido que los mensajes del Presidente lleguen a convertirse en el contenido más seguido al final del día en su país, además de dar a ciudadanos y gobernantes la posibilidad de establecer un canal de comunicación directa entre ambos.

En países como Brasil, que es el 2º mercado mundial de Twitter, las redes más utilizadas son Orkut y Facebook, siendo twitter la tercera en discordia. El número de usuarios de redes sociales en este país es uno de los mayores del mundo.

Países como Portugal, sin embargo, tienen una mayor problemática en la aceptación de las redes sociales, debido a la resistencia de los medios de comunicación y de los propios políticos. Sin embargo, el número de usuarios respecto del total de la población es de un 30% y 1 de cada 4 páginas visitadas es Facebook.

La situación en Argentina, es similar. El sitio de noticias más visitado en Internet es Facebook, que además de ser la principal fuente de tráfico de las páginas de contenido, se ha convertido, según algunos expertos, en un medio fundamental de interacción con el ciudadano por parte de aquellos que tienen una gran necesidad de comunicar algo a la masa, como políticos, empresas, famosos, etc. Allí hay quienes no dudan en señalar a Twitter como el 'subtítulo de la realidad', ya que cualquier mensaje destacable que se propaga por un emisor de información de interés es re-twitteado.

En cualquier caso, lo que sí está claro es que las redes sociales han difuminado las fronteras físicas en torno a las distintas instituciones que gestionan la cultura, la política e incluso la economía, hasta tal punto

Las Redes Sociales y los medios de comunicación

Uno de los colectivos más afectados por el desarrollo de las redes sociales es el de los medios de comunicación. Hasta ahora, el modelo de comunicación empleado había sido unidireccional, donde uno emitía información, mientras los demás escuchaban. En este modelo, los protagonistas absolutos estaban siendo los medios de comunicación.

Sin embargo las redes sociales han modificado este modelo de comunicación, poniendo en peligro ese papel protagonista de los medios tradicionales, para pasar a tener un protagonismo compartido entre los medios y los usuarios. Esto es debido a que el modelo se ha transformado a un sistema donde todos pueden expresar su opinión

que en palabras de Jose Luis Orihuela, Profesor de comunicación de la Universidad de Navarra, "las redes sociales han permitido que los mercados establezcan conversaciones a nivel global sobre asuntos corrientes que influyen en la economía". Conversaciones que, sin duda, mantienen en español, la lengua madre de la mayoría de los estados iberoamericanos, que está demostrando que es una lengua viva, que se está adaptando con gran agilidad a los cambios propuestos por la tecnología. Las redes sociales están permitiendo al español convertirse en un lenguaje más global, gracias a que nos da la posibilidad de escribir para todo el mundo.

y la comunicación es bidireccional, por lo que los periodistas deben estar presentes e intervenir en las redes sociales.

El periodismo tiene que adaptarse, integrarse en ellas y entrar a formar parte del ecosistema de la sociedad digital.

¿Cuál es, pues, el modelo de negocio que hay que plantearse? Según algunos expertos parece que el sistema tradicional de financiación de los medios es inviable. Ante una situación donde la competencia es cada día mayor y más cambiante, hay diversas tendencias sobre cuál debe ser el modelo que hay que seguir para rentabilizar la información en la red.

Por una parte, un grupo de expertos apunta a la generación de valor añadido en torno a los contenidos informativos. Por otra, están aquellos que opinan que aún es prematuro establecer un modelo de ingresos claro, ante la necesidad de crear un nuevo producto que permita establecer un modelo económico definitivo.

En lo que sí coinciden todos es en señalar que el tráfico generado hacia los medios de comunicación digitales viene mayoritariamente de las redes sociales. Por ello, parece evidente, que redes sociales y medios de comunicación están abocados a entenderse.

Ignacio Escolar: "Las redes sociales también precisan de periodistas que intervengan en las redes sociales"

La Creación de Contenidos

Si la opinión de los lectores importa en el momento de consumir la información, afecta más en aquellos que han de crear los contenidos.

En un sector en el que el número de consumidores se ha reducido, con la consiguiente disminución de ingresos y de influencia sobre el público, las posibilidades de conocer los gustos y preferencias de los usuarios a la hora de ofrecer nuevos contenidos abren un enorme abanico de posibilidades. Y es que hasta ahora los medios para conocer los intereses de los posibles destinatarios eran limitados. Sin embargo, actualmente, las redes sociales permiten a los creadores saber el impacto exacto que los contenidos tienen sobre el usuario casi a tiempo real.

Una vez que un productor ha colgado una serie de contenidos en la red, las respuestas de los usuarios permiten conocer sus gustos y sus hábitos en las redes sociales. Gracias a esto, los productores pueden segmentar los contenidos que ofrecen en función de los intereses de los usuarios.

Por lo tanto, estaríamos ante un cambio en el modelo de consumo, donde el consumidor puede extraer exactamente lo que desea de cada contenido, sin tener que pagar por el contenido completo si es que no le interesa. Hoy en día, esto ya está ocurriendo, hasta tal punto que en redes como Twitter son los propios usuarios los que deciden cuándo un contenido se convierte en noticia o no, dependiendo del interés que les genera.

No obstante, hay que tener en cuenta que Twitter no es un generador de contenidos, sino una herramienta de información que no controla los contenidos generados y cuyo único

Los usuarios de Twitter en todo el mundo hace diez meses eran 100 millones. Hoy son 200 millones que generan un tráfico 115 millones de mensajes diarios

fin es conectar a la gente instantáneamente, permitiéndoles consumir la información que deseen, sin censura. Ésta es, precisamente, la clave de su rápida expansión: la falta de control sobre los contenidos publicados, por lo que el usuario debe tener en cuenta el origen de esas informaciones.

Numerosos expertos en comunicación, incluida la propia red social, coinciden en advertir que las informaciones aparecidas en este medio han de ser debidamente contrastada por los usuarios. Es aquí donde deben intervenir los creadores de contenido. Factores como su imagen de marca, su credibilidad, su interacción con los usuarios gracias a las redes sociales, su cercanía al destinatario final, en definitiva, aplicar las claves de siempre a este nuevo medio, que son las redes sociales, pueden ser la clave del éxito.

Otro aspecto que hay que tener en cuenta es que no se escucha lo suficiente a los usuarios de las redes sociales, no se trabaja sobre ellas y, actualmente, aunque ofrecen soluciones rápidas por su inmediatez, no se hace el debido seguimiento de las mismas para orientar los contenidos.

Además, por mucho que se incida en la importancia de las redes sociales, lo cierto es que no todo el mundo está en ellas, pese al crecimiento desmesurado de sus usuarios en los últimos meses. Se estima que sólo el 55% de los españoles son usuarios de las redes sociales (según extrapolación de los datos del INE).

El futuro de las redes sociales

Diversos expertos apuntan a un gran cambio en las conductas de todas aquellas implicados en su desarrollo, desde usuarios a operadores de telecomunicaciones, pasando por creadores de contenido y empresas.

Por un lado, actualmente las propias redes sociales tienden a una mayor especialización y se prevé en los próximos años un mayor protagonismo de las redes profesionales o temáticas. Por otro, su expansión puede afectar a determinados derechos, como por ejemplo la privacidad o los derechos de autor, que pueden influir en su desarrollo si no se toman las medidas oportunas. Éste es el caso de las redes Peer to Peer. La Ley Sinde no ha zanjado esta problemática, pero ha servido para abrir el debate entre dos opiniones muy contrapuestas que, se cree, obligará a cambiar ciertos modelos de uso y de producción de contenidos.

También se espera una segmentación y personalización de los contenidos, acercando al usuario una experiencia más local. Los expertos apuestan por una utilización de las redes sociales basada en la movilidad y sus sistemas de geolocalización. El momento de éxito definitivo de las redes sociales será cuando permitan vincular la actividad del social media al negocio que éste genere.

Las Empresas ante las redes sociales

Teniendo en cuenta que el número de usuarios de las redes sociales en todo el mundo asciende a 1.000 millones, uno se puede hacer a la idea de la importancia de este mercado para las empresas que tienen un mensaje que comunicar.

Aunque las redes sociales no fueron creadas por las empresas como un negocio, su público se encuentra allí. Por ello, algunos expertos piensan que todas las empresas deben estar en los "social media". De hecho, en los últimos años un gran número de empresas se han lanzado a las redes sociales, buscando emitir información corporativa que sea consumida por los usuarios, dar asesoramiento profesional a aquellos de sus clientes que las utilicen o simplemente para escucharles.

Pero no todas las empresas deben estar en todas las redes sociales, sino que deberán dirigirse a aquellas que les sean de utilidad. Aquí es donde entra el concepto de las redes sociales especializadas o sectoriales. Xing, para la búsqueda de candidatos, o topurral, a la hora de difundir las excelencias de un negocio de alojamiento rural, son dos ejemplos.

Las Instituciones y las redes sociales

Quienes empiezan a abrir sus perfiles en los social media son las Administraciones públicas. El objetivo no es otro que buscar la implicación del ciudadano de a pie en la toma de aquellas decisiones políticas que le afectan: conocer su problemática, sus necesidades o simplemente mejorar su atención son algunos de sus objetivos.

Sin embargo, se enfrentan a una barrera que a veces parece insalvable: el miedo a la sobreexposición en la red.

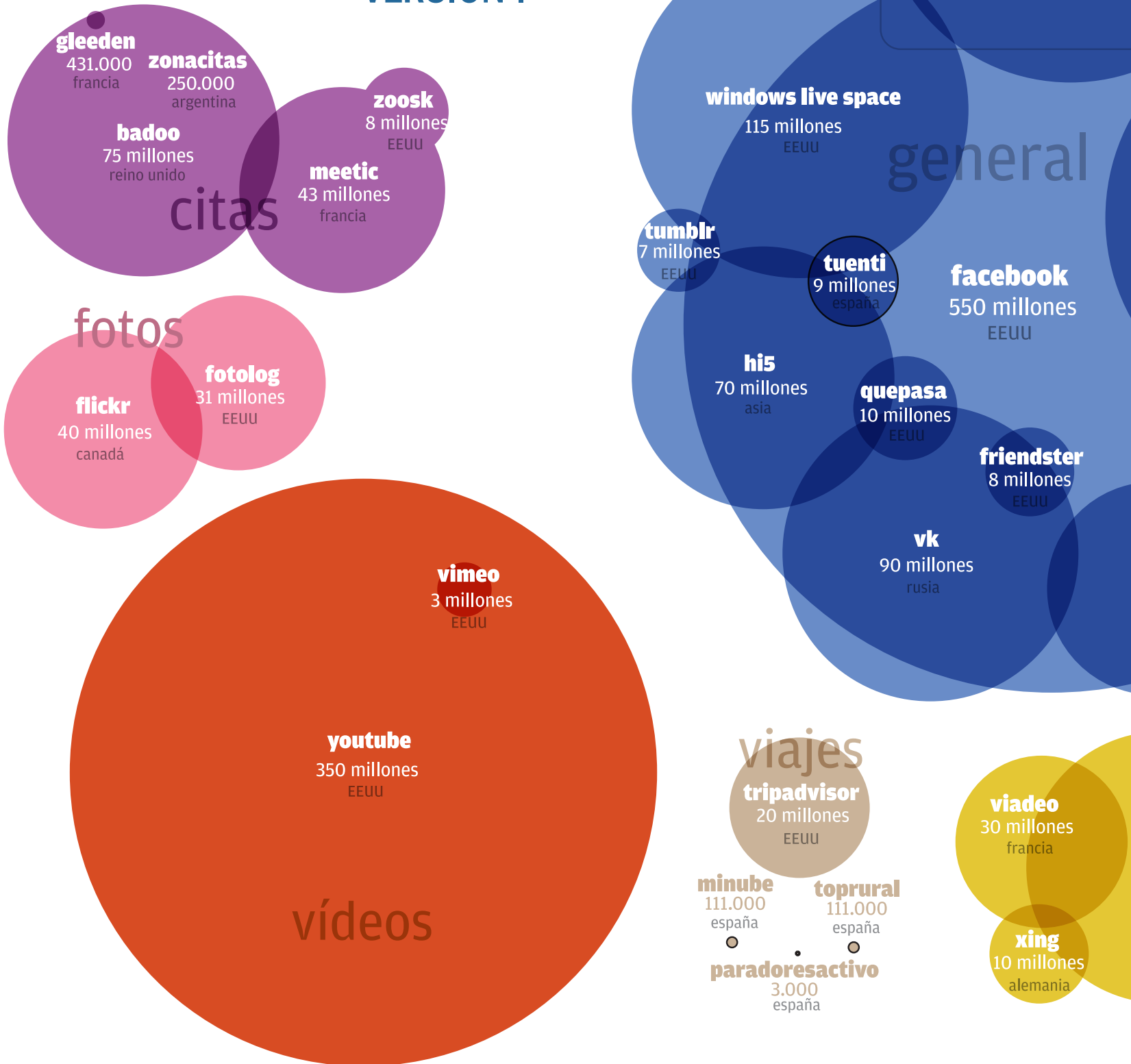
La realidad es que alrededor del 42% de los ciudadanos no dispone de ordenador (y por tanto de acceso a internet y a las redes sociales), pero el poder real que estas redes han demostrado tener en sociedades donde su penetración era mucho menor que la española, como por ejemplo Egipto, nos dan una idea de su potencialidad a la hora de influir en los movimientos de las masas, tanto para generar una revolución política, como para convertir un producto en un superventas, sobre todo si se combinan con otros medios de comunicación más extendidos, como por ejemplo la televisión.

Las instituciones deben escuchar más a los usuarios. Fruto de esa escucha, cada administración deberá valorar los recursos que debe emplear en las redes sociales para llegar a su público objetivo. Éstas han de establecer los mecanismos adecuados y ponerlos a disposición de los ciudadanos para que les permitan participar en la acción de gobierno, pero garantizando siempre las libertades democráticas.

iRedes

MAPA DE LAS REDES SOCIALES EN IBEROAMÉRICA

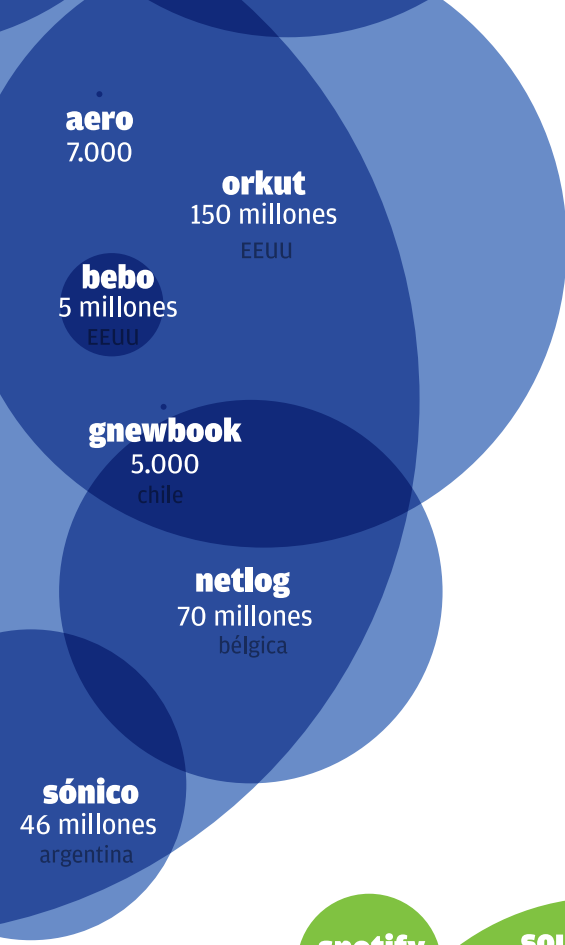
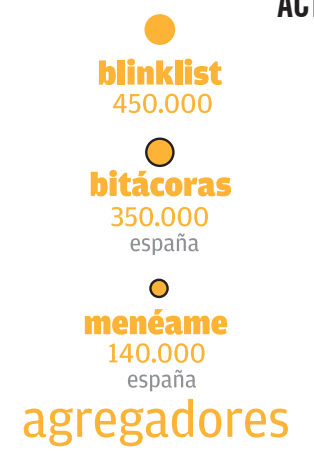
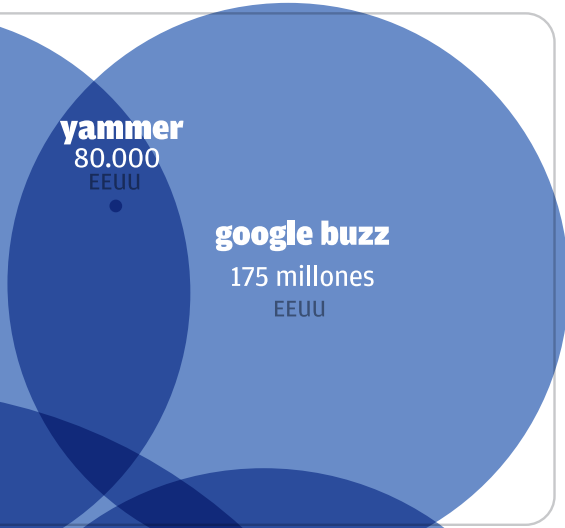
VERSIÓN I



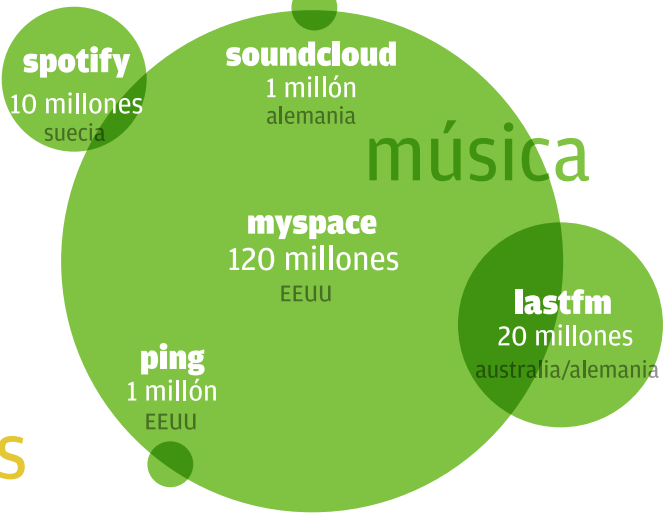
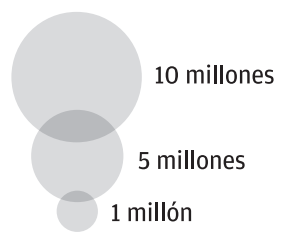
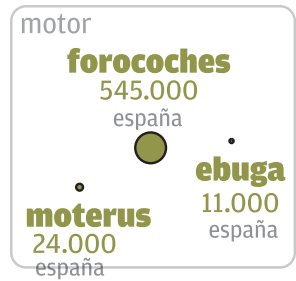
AYÚDANOS A PREPARAR LA VERSIÓN II.

¿FALTA ALGUNA RED? ESCRÍBENOS A: mapa@iredes.es

GRÁFICO: CHIQUI ESTEBAN | DOCUMENTACIÓN: MIGUEL JORGE | www.iredes.es



temáticas



negocios



PATROCINADORES:



CROWD SOURCING

Descubre qué pueden hacer los usuarios por ti

Gracias a la viralidad de Internet, el antiguo “Buzón de Sugerencias” ha multiplicado su alcance. Se ha convertido en un gran repositorio de ideas y opiniones

El avance de las nuevas tecnologías y la evolución hacia el mundo 2.0 hacen surgir nuevos modelos de negocio que aprovechan las posibilidades de las TIC. La accesibilidad y velocidad de la información en la red, son algunos de los factores que facilitan la aparición de estos modelos. Uno de ellos es el Crowdsourcing, término que se ha atribuido al escritor Jeff Howe.

La palabra, compuesta de crowd (masa) y sourcing (externalización), se puede traducir literalmente como “externalizar a terceros”. Se trata, pues, de utilizar a terceras personas a la hora de realizar ciertas actividades empresariales en el proceso de producción o contar con ellos a la hora de tomar decisiones.

Las empresas idean estrategias donde proponen retos para tomar decisiones, mejorar productos, diseñar campañas publicitarias, etc., a los usuarios, quienes pasan de Consumidor habitual a “Prosumidor”

El “prosumidor” participa activamente en la construcción del objetivo final que busca la empresa. Se trata de aprovechar la inteligencia colectiva y permitir que sean los propios usuarios los que hagan el trabajo.

Los portales web y las redes sociales de las compañías permiten hacer llegar y recibir gran cantidad de contenidos e información útil para orientar su negocio, rápida y eficazmente, consiguiendo maximizar su rentabilidad, eliminando riesgos y costes innecesarios.

La idea es la siguiente: Pongamos el ejemplo de una empresa que tiene que hacer una campaña de publicidad. Para ello puede contratar a alguien para realizar el trabajo (como se hace habitualmente) o convocar a los usuarios a través de internet para que creen sus propias campañas. A cambio, puede ofrecer distintos incentivos: reconocimiento, dotación económica o incluso una posible contratación.

De esta forma, la empresa recibirá un gran número de campañas que podrá utilizar para promocionar sus productos o simplemente extraer ideas para orientar futuras campañas.

Tanto grandes empresas como pequeños negocios pueden aprovecharse de las ventajas de crowdsourcing. Algunas organizaciones lo han convertido en el núcleo de toda su actividad como Wikipedia, Foursquare o Twitter, donde son los usuarios quienes crean los contenidos.

En el portal iStockphoto.com también colaboran los usuarios para crear contenidos, ya que pueden exponer sus trabajos a cambio de una compensación económica.

Uno de los ámbitos donde está triunfando el crowdsourcing es la investigación. El Massachusetts Institute of Technology (MIT) aprovecha el conocimiento de los usuarios a través de su web para afrontar nuevos desarrollos o reorientar investigaciones.

En marketing, esta práctica está muy extendida. Mentos y Coca Cola la utilizaron, convirtiéndose en fenómenos de internet, al inundar la red de contenidos realizados por los usuarios con sus marcas.

Seat, Sony, MasterCard, Dell o Chevrolet, entre otros, también han utilizado el crowdsourcing para la creación de sus campaña, con excelentes resultados de ventas

El portal crowdsourcing.org está dedicado exclusivamente a contenidos pertenecientes al ámbito del crowdsourcing, organizados por categorías. La web permite añadir, votar y compartir vídeos, artículos, aplicaciones, etc.

HERRAMIENTAS PARA PYMES 2.0

Jezabel González Díez
Socia Consultora de Vital Innova

Hasta hace unos años, los sistemas de información estaban fuera del alcance de la mayoría de las Pymes por dos motivos fundamentales: su elevado coste y su complejidad.

En la actualidad, el software libre, las aplicaciones web de pago por uso o SaaS -Software as a Service -, las herramientas online gratuitas y todo el ecosistema de aplicaciones 2.0 y redes sociales permiten a las Pymes medirse en igualdad de condiciones con una gran empresa (o al menos disponer de las mismas herramientas).

En este artículo me gustaría centrarme en dos tipos de aplicaciones: herramientas colaborativas que permiten mejorar la productividad de los equipos de trabajo y aplicaciones 2.0, orientadas a compartir información y que pueden ser usadas tanto para comunicación interna, como para comunicación externa y promoción en Internet.

La primera de las herramientas colaborativas que debería convertirse en un aliado imprescindible para las Pymes es Google Apps. Google Apps es un conjunto de herramientas ofimáticas, basadas en web, completamente fiables y seguras: Gmail (correo electrónico web corporativo), Google Calendar (calendarios compartidos), Google Docs (procesador de textos, hoja de cálculo, presentaciones, etc.) y Google Sites (sitios web).

Aparte de Google Apps, existen multitud de herramientas colaborativas que se pueden utilizar en la empresa: Por ejemplo, se puede crear una wiki a modo de intranet corporativa o como herramienta de gestión del conocimiento.

Si nos centramos ahora en aquellas aplicaciones que permiten a la Pyme comunicarse online y mejorar su presencia en Internet, el abanico se abre con infinidad de posibilidades, desde la más sencilla, como puede ser el blog corporativo de la empresa, hasta las plataformas 2.0 para compartir presentaciones (Slideshare), pasando por el uso de las redes sociales como, Facebook o Twitter, para promocionar sus productos o servicios.

No tenga miedo ni se abrume con tanto nombre en inglés. La mayoría de las aplicaciones se encuentran en español y son de muy fácil manejo. Siempre puede empezar poco a poco, sabiendo que existen cientos de aplicaciones informáticas low cost, esperando a ser utilizadas y que, independientemente de cualquiera que sea su necesidad desde el punto de vista de sistemas de información, lo más seguro es que ya exista una solución que adapte a su empresa. Si no me cree, busque en Google.



EL COMMUNITY MANAGER



Un nuevo perfil profesional con respuestas para las incógnitas de las redes sociales

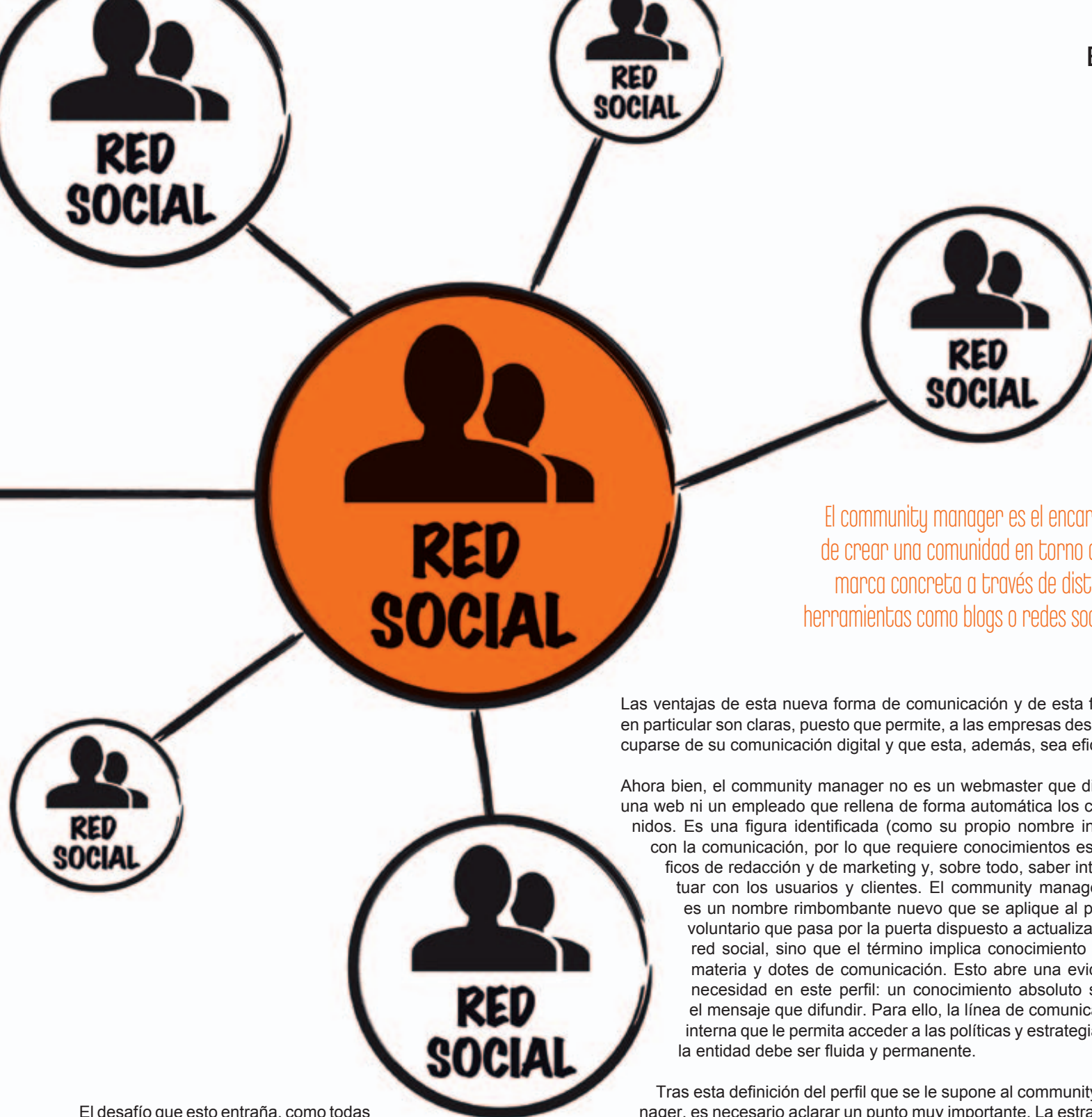
Óscar Mena

Vicepresidente de Aetical

La aparición de Internet revolucionó la forma en que las empresas se comunicaban con sus clientes y potenciales clientes. La tecnología 1.0 generó en las empresas la necesidad de crear una web como canal de comunicación, pero se trataba de una comunicación unidireccional en la que la entidad vertía una serie de contenidos para hacérselos llegar al público como destinatario final de esa información. Muchas veces, además, de manera más o menos precaria, ya que, ante la necesidad de disponer de una página propia, muchas pymes encargaban de forma interna la creación de su web sin que el resultado fuera el más adecuado para una correcta presentación de la marca. En numerosas ocasiones, la impresión que producía entrar en la página de una firma era nefasta; sí, esa primera impresión, que dicen que es la que cuenta, era totalmente negativa. El resultado era el efecto contrario al deseado: la web, puesta en marcha para mejorar el negocio o la percepción del usuario, incidía en el deterioro de la imagen de marca de la entidad representada a través de esa tarjeta online.

Hoy en día la tecnología 2.0 y las nuevas formas de comunicarse han hecho que las webs, como único vehículo de comunicación, se hayan quedado obsoletas

Las redes sociales (Facebook, Twitter o Tuenti) y webs como Youtube, Flickr o Myspace permiten ahora a las empresas interactuar con los usuarios, esto es, el feedback o una nueva vía de comunicación bidireccional. O, yendo incluso más allá de estas plataformas con vocación generalista, a través de otras más verticales y especializadas en áreas concretas de negocio.



El community manager es el encargado de crear una comunidad en torno a una marca concreta a través de distintas herramientas como blogs o redes sociales

Las ventajas de esta nueva forma de comunicación y de esta figura en particular son claras, puesto que permite, a las empresas despreocuparse de su comunicación digital y que esta, además, sea eficaz.

Ahora bien, el community manager no es un webmaster que diseña una web ni un empleado que rellena de forma automática los contenidos. Es una figura identificada (como su propio nombre indica) con la comunicación, por lo que requiere conocimientos específicos de redacción y de marketing y, sobre todo, saber interactuar con los usuarios y clientes. El community manager no es un nombre rimbombante nuevo que se aplique al primer voluntario que pasa por la puerta dispuesto a actualizar una red social, sino que el término implica conocimiento de la materia y dotes de comunicación. Esto abre una evidente necesidad en este perfil: un conocimiento absoluto sobre el mensaje que difundir. Para ello, la línea de comunicación interna que le permita acceder a las políticas y estrategias de la entidad debe ser fluida y permanente.

Tras esta definición del perfil que se le supone al community manager, es necesario aclarar un punto muy importante. La estrategia de comunicación 2.0 y su posterior desarrollo, no es posible con el trabajo único del community manager.

El correcto desarrollo de una estrategia de comunicación 2.0 exige otros perfiles muy especializados, que en algunos casos no pueden recaer sobre el mismo individuo

El desafío que esto entraña, como todas las cosas nuevas, es quién debe gestionar y encargarse de esta nueva comunicación. Muchas empresas han caído nuevamente en el error, como hicieron con las páginas webs, de encargar la gestión y creación de sus redes sociales a equipos internos que, al ser responsables también de otras áreas de la empresa y desempeñar otras funciones ligadas a su empleo, no pueden atender correctamente la comunicación digital.

Además, uno de los errores más frecuentes en los que cae ese gestor amateur es el desconocimiento. Porque, por muy ducho que sea en la materia, no es un comunicador, que es quien sabe presentar los contenidos de manera atractiva, concisa y clara, además de seleccionar correctamente qué contenidos divulgar.

Ante esto, surge la figura del community manager (cada vez más demandada por las empresas) que se podría traducir por algo así como responsable de comunidad.

Así, junto al puesto descrito aparecen los dinamizadores, los coolhunters, los moderadores, los bloggers, los analistas de social media, así como otros perfiles más habituales en las estrategias web de las empresas, aunque ahora enfocados hacia las redes sociales, como son los expertos en SEO, en SEM o en usabilidad.

SOCIAL MEDIA EN CASTILLA Y LEÓN

AYUNTAMIENTOS

2.0

Streaming, redes sociales,... son algunas de las prácticas tecnológicas de los ayuntamientos de Castilla y León para integrar al ciudadano en la política local

José Luis Rodríguez

Experto en Comunicación institucional y Marketing público de Territorio Creativo (<https://twitter.com/lusufr>)

El lanzamiento de una guía destinada al sector público es siempre una buena noticia. Si, además, sus contenidos van dirigidos a ayuntamientos, la celebración es doble.

Es más. Supongamos que se trata de un manual que explica cómo mejorar en Internet nuestra eficacia, reputación y cercanía con los ciudadanos y por qué la honestidad, el trato personal y la escucha activa de los gestores municipales son claves para nuestras administraciones y nuestros pueblos.

No hay duda, entonces, de que ese libro habla de redes sociales. Habla, seguro, de Open Government.

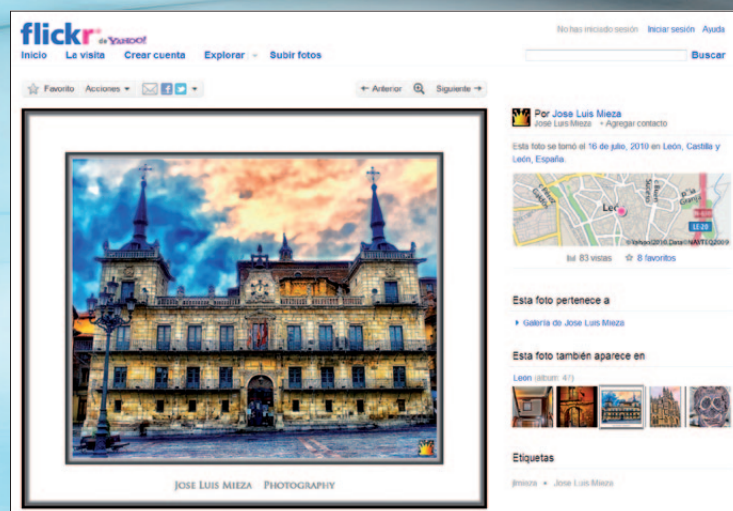
Los autores de Open Government: 10 ideas para hacer tu Ayuntamiento Abierto tienen unos nombres y unos apellidos muy especiales: la Red de Municipios Digitales de Castilla y León y el Gobierno de esta región. Su propuesta, lanzada a finales de 2010, constituye uno de los ejemplos más gratificantes de pedagogía pública de cuantos hoy, de forma libre y gratuita, podamos encontrar en la Red.

Transparencia, Colaboración y Participación, ejes del Gobierno Abierto auspiciado por la sociedad 2.0

Sus páginas, llenas de excelentes referencias, esconden tras una entretenida lectura un conjunto de mensajes de gran calado. El primero de ellos es el que se refiere a la necesaria modernización tecnológica de los ayuntamientos de Castilla y León, más allá de esa exitosa y reconocida apuesta española que ha sido la implantación –aún inconclusa– de la Administración Electrónica.

La idea fundamental, en todo caso, es la que apunta a una asignación más eficiente de los recursos que disponen nuestras instituciones, a una difusión más sincera y ejemplificadora de sus actividades y a una verdadera rendición de cuentas ante quienes dudan de su solvencia.

Portales, como ¿Dónde van mis Impuestos? o Arregla mi calle, encarnan a la perfección ese nuevo y exigente escenario. Un escenario alentado, principalmente, por Internet y en el que, de forma casi paradójica, se confunden la desconfianza de los ciudadanos en sus gobernantes con un creciente activismo democrático.



La interacción entre ciudadanos y responsables públicos ayuda a optimizar los recursos

En ese contexto es en el que surgen como factores claves de renovación pública los principios de Transparencia, Colaboración y Participación, ejes también del llamado Gobierno Abierto u Open Government. Lo hacen, además, auspiciados por un fenómeno tecnológico y humano sin precedentes: el de las redes sociales.

Es un hecho, en este sentido, el éxito de las experiencias de crowd-sourcing o cooperación masiva puestas en práctica a lo largo de los últimos meses por distintos ejecutivos locales en Inglaterra o Estados Unidos, con iniciativas como Design for America o el Hack Warwickshire, éste último de carácter local.

Y así lo prueban las iniciativas que tímidamente empiezan a despertar en nuestro país, bien mediante consultas oficiales para la elaboración de leyes a través de la Web, bien con la retransmisión por video streaming de plenos municipales.

Ejemplos del camino iniciado son, también, los debates que comienzan a surgir a través de las cuentas oficiales en Twitter y Facebook

La revolución 2.0 es un hecho

de consistorios como los de Segovia, Soria o Valladolid, o las competiciones convocadas en torno a la información del sector público y el movimiento Open Data por plataformas cívicas, sin ningún afán de lucro, como Pro Bono Publico...

Las redes sociales, ya nadie lo duda, están permitiendo una interacción más directa entre ciudadanos y responsables públicos; están favoreciendo, incluso, una implicación más activa de los empleados públicos en el seguimiento de los proyectos en los que participan; están ayudando con soluciones creativas a optimizar las políticas sociales y la prestación de los servicios públicos.

La acción espontánea y organizada en la Red de un número cada vez mayor de internautas —agrupados, a su vez, en comunidades progresivamente más comprometidas con la actividad pública— ejemplifican los beneficios de esa revolución 2.0 ya en marcha. Una revolución democrática y ciudadana de la que no pueden ni deben abstraerse las entidades locales.

WEBS SANITARIAS FIABLES

La Fundación de Calidad Sanitaria de Castilla y León pone en marcha un proyecto para facilitar al usuario la distinción de contenidos fiables



Página principal de acceso al portal de la Fundación de Calidad Sanitaria de Castilla y León.

Manuel Ferreira Recio

Director Gerente de la Fundación

La Fundación Centro Regional de Calidad y Acreditación Sanitaria de Castilla y León (FQS) pone en marcha un proyecto destinado a la acreditación de sitios web, relacionados con la salud. Éstos figuran actualmente entre los más visitados de Internet. El objetivo es ayudar a las personas a filtrar la cuantiosísima información disponible para estar en condiciones de distinguir los mensajes válidos y fiables de los inexactos o engañosos.

La iniciativa responde a la misión de la FQS de "promover la evaluación externa de la actividad sanitaria en su conjunto y procurar la mejora continua de la calidad de las prestaciones sanitarias, contribuyendo a la plena realización del derecho de los ciudadanos a la protección integral de la salud, en cualquiera de sus actuaciones relacionadas con la promoción, prevención, asistencia y rehabilitación".

Este sistema de acreditación se enmarca en la Comunicación de la Comisión de la Unión Europea eEurope 2002: Criterios de calidad para los sitios web relacionados con la salud. Asimismo, se apoya en el estudio y revisión de experiencias similares, como MedCircle,

Health on the Net Code o Web Médica Acreditada.

Los principales criterios de calidad que se revisarán en todas de las webs que opten a la acreditación FQS serán los siguientes: Transparencia y Honradez, Actualización de la Información, Autoría, Intimidad y Protección de Datos, Accesibilidad, y Rendición de Cuentas.

Aquellos sitios webs que opten a esta marca de confianza iniciarán un proceso voluntario en el que se verificarán criterios relacionados con la gestión de los sistemas de la información y contenidos. Se prestará especial atención al cumplimiento de criterios esenciales de calidad.

El proceso se iniciará con un cuestionario de autoevaluación que posteriormente será auditada por un evaluador externo. A continuación, una comisión técnica de evaluación, integrada por profesionales de reconocido prestigio profesional, confirmará el nivel correspondiente de calidad. El proceso concluye con la emisión del certificado digital que exhibirá en el sitio web. La FQS publicará en su portal un registro de las entidades acreditadas.

Burgos integra bajo una misma red sus Servicios de Emergencias

UNIÓN EUROPEA

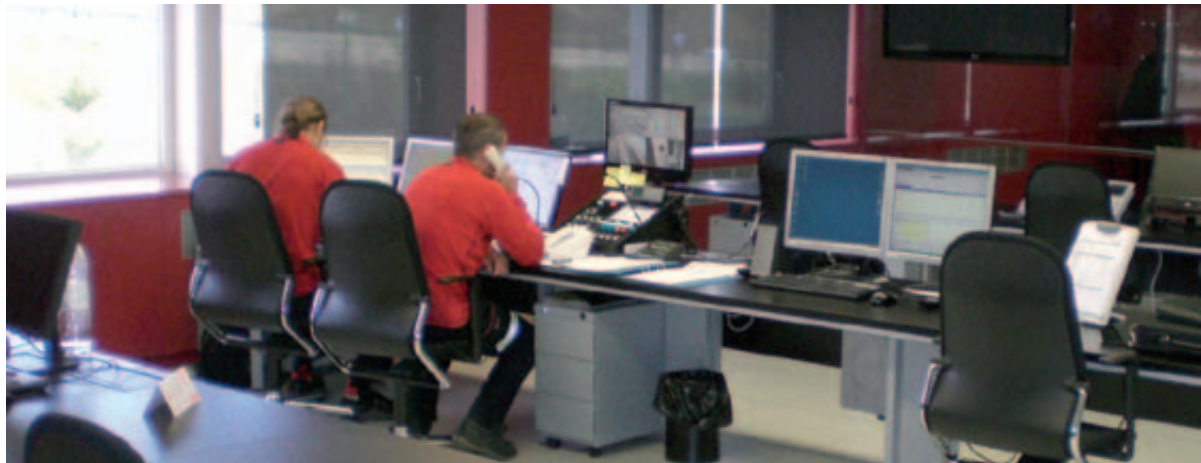


Fondo Europeo de Desarrollo Regional



**Europa impulsa
nuestro crecimiento**

Los servicios de Seguridad Ciudadana, Extinción de Incendios y Protección Civil se gestionarán desde una Sala Única de Control



La Sala Única de Control permite una gestión unificada de todos los servicios

La ciudad de Burgos ha ejecutado un proyecto para dotar de una red municipal de comunicaciones digitales, en el marco del Convenio Específico de Colaboración firmado el 3 de octubre de 2008 entre la Consejería de Fomento de la Junta de Castilla y León y el Ayuntamiento de Burgos

La actuación, cofinanciada por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), tiene como objetivo ampliar y mejorar la coordinación, eficiencia y eficacia operativa de los servicios de Seguridad Ciudadana, Extinción de Incendios y Protección Civil.

Para ello, ha dotado a estos servicios de medios técnicos que les proporcionen servicios de comunicaciones móviles y de gestión de última generación.

Se ha procedido también a integrar la gestión operativa de los tres servicios (Seguridad Ciudadana, Extinción de Incendios y Protección Civil), así como el mando y control, desde una Sala Única dotada de todos los medios necesarios para esta tarea.

Adicionalmente, y con el objetivo de establecer los mayores niveles de coordinación y disponibilidad de información para la toma de decisiones de mando y control, dicha Sala integrará también el servicio de Gestión de Tráfico y Movilidad y el servicio de Atención Ciudadana 010, con todos los medios técnicos actualmente disponibles.

El sistema implantado, denominado TETRA, es un avanzado medio de comunicación digital que mejorará el trabajo y la coordinación entre los cuerpos de seguridad y los servicios de emergencia al garantizar, en todo el municipio, la calidad de las comunicaciones entre estos servicios públicos.

Paralelamente, la Consejería de Fomento de la Junta de Castilla y León construyó dos emplazamientos para la ubicación de los equipos de las estaciones base de este proyecto: uno en Cerro del Castillo, junto a los depósitos de la Compañía de Aguas, y otro en la Cuesta de Burgos, en las cercanías de la EDAR de Villalonguejar. Estos dos emplazamientos fueron también cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER).

METERED DATA

Cuando las operadoras de telecomunicaciones móviles utilizan este término, se refieren a la práctica de facturar a los usuarios por datos consumidos. El motivo de aplicar este sistema es evitar que los usuarios intensivos de la red no la colapsen.



FANPAGES

Son páginas creadas en Facebook para promocionar a una persona, una marca corporativa o un producto. De esta forma se consigue una mayor presencia en la red de aquello que se promociona, permitiendo, en el caso de empresas o productos, captar futuros clientes.

IPV6

Significa "Protocolo de Internet versión 6". Es la actualización del Protocolo de red de datos en que está basado Internet y que ofrece una mayor capacidad de direccionamiento, seguridad, autoconfiguración y movilidad.

Este protocolo (el IP) dirige y encamina la información en Internet.





INTERNET EN LOS COCHES

Marcas como Audi, Peugeot o Chevrolet empiezan a integrar dispositivos en sus coches que permiten al ordenador de a bordo y a los dispositivos de los ocupantes mantener sus dispositivos actualizados en todo momento, sugerir una petición de cita a un taller sobre una avería en tiempo real o tramitar una multa al instante.

Esta aplicación del "internet de las cosas" permitirá también encontrar el coche tras un robo, encontrar plazas de aparcamiento desde el coche o notificar un accidente en tiempo real, entre otras.

Este servicio ya es una realidad y son varias las tecnologías de conexión utilizadas para mantener el vehículo conectado a la red, destacando la 3G, 4G y WiFi.

VIDEO A TRAVÉS DE WEB EN LOS RECEPTORES DE TELEVISIÓN

Se trata de integrar en el reproductor de televisión la conexión a internet y así poder elegir contenidos bajo demanda. Google, Sony, Lg y Samsung, entre otras empresas, se han lanzado en busca de un sistema que permita una navegación fácil y lo más parecida a la experiencia actual de televisión, pero que permita al usuario la selección de contenidos desde la web.

Varios modelos de receptores incluyen la conexión a internet y pequeñas aplicaciones para ver contenidos, por ejemplo, de Youtube.



IMPRESIONES EN 3D

Estos sistemas permiten imprimir los prototipos o piezas sin pasar por la cadena de fabricación.

Este tipo de impresoras realizan sus trabajos con resinas de calidad y precisan de los planos de la pieza o del fichero de escaneo en 3D de la misma, para hacer una réplica en el tamaño deseado e, incluso, con los colores especificados.

El último avance sobre el que se está trabajando es la "impresión" en 3D de alimentos, que se realiza gracias a líquidos y gelatinas alimentarios que son imprimidos a través de una o varias jeringuillas, dando forma a los alimentos.

Anteriormente, se han utilizado técnicas similares para la regeneración de piel en zonas quemadas.



Practic@

CITA PREVIA por internet en los centros de salud de Castilla y León

El sistema de cita previa a través de internet permite concertar con antelación una cita con los profesionales del Centro de Salud y elegir el horario que mejor se adapte a nuestras necesidades. También permite mejorar la organización de la agenda de trabajo de los Centros de Salud.

PASO 1: Acceso a la web

Introducimos en la barra de direcciones del navegador web la dirección <http://www.saludcastillayleon.es>
Accedemos a la sección: Cita Previa.



A continuación seleccionamos "Solicitud de cita a través de internet"



¿Qué necesitamos?

1. UN ORDENADOR CON CONEXIÓN A INTERNET
2. CERTIFICAR NUESTRA IDENTIDAD, MEDIANTE:
 - * Tarjeta Sanitaria
 - * DNI electrónico, en cuyo caso, precisaremos un Lector de DNI

b. Mediante la Tarjeta Sanitaria:

Pulse sobre la imagen para acceder a la gestión de sus citas.



Para poder solicitar cita, debemos identificar a la persona para quien se va a realizar el trámite. Se puede hacer de dos formas:

a. Mediante DNI Electrónico:

- Para ello:
- Introduzca su DNI en el lector conectado a su ordenador.
 - Pulse sobre la siguiente imagen para acceder.



Introduzca el DNI Electrónico en el lector y pulse sobre la imagen del DNI

PASO 2: Identificación

A continuación, introducimos nuestro Código de Identificación Personal o CIP. El CIP puede encontrarse en su tarjeta como en el ejemplo que mostramos a continuación:



Posteriormente, introducimos nuestro primer apellido y el código de seguridad se muestra en pantalla. Si no visualizamos bien el código, podemos solicitar uno nuevo pulsando sobre: Nuevo Código.

Una vez introducidos los datos necesarios, pulsamos en Acceder

PASO 3 : Solicitud de Cita

En la siguiente pantalla aparecerá el nombre y el Centro de Salud que tenemos asignado. Ahora, elegiremos la categoría profesional que queremos para nuestra cita. En este caso elegimos, por ejemplo, Médico de Familia.

Seleccionamos la opción: Solicitar Cita.

A continuación, escribimos la hora de la cita. Si no elegimos hora, el sistema nos proporcionará la primera hora disponible para el día que hemos elegido

Para efectuar la solicitud, pulsamos en: Reservar

PASO 4 : Datos de la Cita

Nos aparecerá un mensaje de confirmación con los datos de nuestra cita. Si todos los datos son correctos, pulsamos en, Aceptar. Ya tenemos confirmada nuestra cita.

Este sistema le permite solicitar una nueva cita y/o consultar o anular las que tenga pendientes con su Médico de familia, Pediatra y Enfermera/o.

Juan Ejemplo Ejemplo
Centro de Salud Correspondiente

Categorías profesionales
MEDICO DE FAMILIA

Fecha
16

Selección opción
Consultar citas pendientes Solicitar cita

Hora
: :

hible a partir de la fecha y hora indicada. Si no indica hora se le ra la fecha indicada. Solo puede solicitar una cita en los 60 días

Cambiar Paciente Limpiar Reservar

Pulsamos sobre el calendario para elegir una fecha para la cita.

La primera cita disponible es el 16/03/2011 a las 11:20 con el profesional: **Esperanza Escudero** en C. C. CORRE. ESPECIALISTA. Para solicitar esta cita pulse ACEPTAR.

Aceptar Cancelar

Categorías profesionales
MEDICO DE FAMILIA

Fecha
16/03/2011

Primer Apellido
ESCUDE

Seguridad
980524

Primera Cita Disponible:
Fecha: 16/03/2011 Hora: 11:20
Categoría: MEDICO DE FAMILIA
Profesional: ESCUDERO ESPERANZA
Ubicación: C.S. ALAMEDILLA - LUIS GARDO

Si está conforme con esta cita pulse Aceptar. En caso contrario, pulse Cancelar.

Vídeo (Código Bidi)

Captura este código BIDI con la cámara de tu móvil para ver el vídeo explicativo paso a paso. (Para ello puedes utilizar la aplicación **i-nigma** pinchando en el enlace, descargándola e instalándola en tu móvil).

Y También en nuestra web:
www.youtube.com/ORSICYL



HERRAMIENTAS EN LA RED

LYRICS TRAINING, PRÁCTICA IDIOMAS ESCUCHANDO CANCIONES

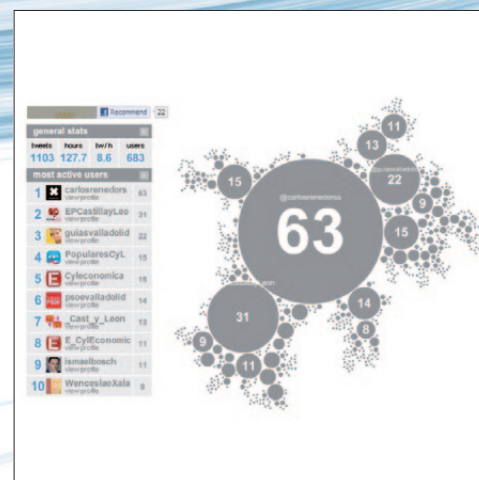
WEB



Se trata de un método fácil y divertido para el usuario con el que aprender y mejorar sus habilidades en idiomas, como el inglés, a través de los videos musicales y los subtítulos de las letras de las canciones. Está en Fase de prueba pero tienes disponibles canciones en inglés, Francés, español, Italiano, etc.

FOLLOWTHEHASHTAG, GENERADOR DE GRÁFICAS DE OPINIÓN EN TWITTER

APPWEB



Desarrollado, en principio, para representar a los usuarios de Twitter más activos en determinadas temas, puede utilizarse con cualquier cadena de búsqueda que acepte el buscador de Twitter, incluidas búsquedas avanzadas. Debido a las limitaciones de búsqueda de Twitter, solo permite fotografías de opinión en momentos determinados.

WHATSAPP MESSENGER, ENVÍA MENSAJES SIN COSTE A TRAVÉS DE INTERNET EN TU MÓVIL

APP



Esta aplicación de mensajería disponible para teléfonos iPhone, BlackBerry, Android y Nokia Symbian60, permite sustituir a los SMS gracias al plan de datos de Internet de tu dispositivo, sin coste adicional. La aplicación permite el envío de sonidos, Fotos y videos, además de texto.

TECNOTRANSPORTER, OPTIMIZACIÓN DEL TRANSPORTE

WEB



Es una plataforma logística online, creada por emprendedores de Castilla y León, donde el usuario puede informar un envío, recibir ofertas y elegir la mejor; el transportista indica sus vehículos, hace ofertas y cobra al contado; y el espacio logístico oferta su espacio disponible en su almacén y acepta las cargas.

CENTRO DE CONOCIMIENTO SOBRE TIC APLICADAS A LA EDUCACIÓN

WEB



La web permite a los usuarios aprender y actualizar sus conocimientos sobre la aplicación de las TIC y la educación. Desarrollado por el Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas, dispone de diversos contenidos para mantenerse actualizado.

TECNOLOGÍA



Test Tecnológico a **Ginés Clemente**,
Presidente de
la Asociación de
Empresa Familiar
de Castilla y León

Imagina tu vida sin ordenador, sin PDA o sin móvil: ¿Podrías sobrevivir?

Claro que se puede sobrevivir, pero lo cierto es que la tecnología nos facilita el trabajo... aunque cuando falle pensemos lo contrario.

Echa un vistazo al pasado: quince años antes, ¿qué aspecto de tu vida personal o profesional ha cambiado más gracias al uso de las TIC?

Sin duda la movilidad. La posibilidad de trabajar indistintamente en una ciudad u otra y además poder hacerlo mientras te desplazas creo que ha sido una revolución importante.

¿Recuerdas qué hiciste la primera vez que te conectaste a Internet?

Mi primera experiencia fue para abrir una cuenta de correo en una web. Y le aseguro que después de hacerlo no me quedó del todo claro cómo funcionaba realmente el sistema de correo electrónico.

¿...Y tu último descubrimiento en la red?

No es el último de todos, pero creo que la videoconferencia vía internet es un avance destacable a un coste realmente reducido y que facilita enormemente el trabajo. No hay nada que sustituya a la relación personal, pero tener la opción de mantener una reunión cara a cara con un equipo de personas que está en cualquier otra parte del mundo y de manera casi inmediata es un avance formidable.

¿Crees que Internet modificará definitivamente nuestro modo de vida y el acceso a los servicios? ¿Son compatibles estos usos con los más tradicionales?

Internet ya ha modificado nuestro modo de vida y modifica la manera de acceder a los servicios todos los días. Hace muy poco no nos planteábamos hacer una transferencia bancaria, mantener una videoconferencia o comprar casi cualquier cosa en cualquier parte del mundo desde nuestro PC. Esta semana he leído que ya hay alguna comunidad autónoma en la que cada ciudadano



TEST TECNOLÓGICO

puede acceder a su historial clínico a través de la red. Los usos tradicionales no van a desaparecer de un día para otro, pero irán dejando paso a los nuevos, sobre todo a los que nos faciliten la vida.

La información y la comunicación son aspectos básicos en la red. Empecemos por la primera: ¿Has tecleado alguna vez tu nombre en algún buscador de Internet? ¿Sorprendido? ¿Amenazado?

Desde luego que al principio te ves sorprendido de la cantidad de información que es posible encontrar. Ahora es algo que todos vemos normal, pero es probable que uno de los principales problemas de internet sea el volumen de información al que nos da acceso y que llegue un momento en que las personas no seamos capaces de distinguir cuál es la información de calidad en los resultados que nos devuelve una búsqueda.

¿Qué opinas de las redes sociales como modo de comunicación y de relación? ¿Tienes perfil en alguna de ellas?

Sí. No las utilizo a diario, pero no quiero perderlas de vista porque soy consciente de que tanto en el ámbito profesional como personal van a ir creciendo progresivamente y haciéndose necesarias.

¿Qué sí, y qué no, de las redes sociales?

Sí, a las redes sociales. No son buenas o malas en sí. Como todo, depende de la utilización que hagamos las personas de ellas. Tenemos un ejemplo claro en la influencia que han tenido y tienen actualmente en los acontecimientos sociales que se están dando en varios países de África. No, invasión de la privacidad, los casos de pornografía infantil y pedofilia se han manifestado en las diferentes redes sociales o los robos de información personal en las diferentes redes sociales.

¿Cuál es el aparato tecnológico indispensable en tu día a día profesional?

Una blackberry, un teléfono y un portátil.

¿Un sueño que crees que puede hacer realidad la tecnología o algún aparato tecnológico que crees que se debería inventar?

La tecnología puede ayudarnos a hacer realidad un sueño, pero los sueños tenemos que hacerlos realidad las personas. Creo que cualquier avance que nos permita disponer de más tiempo o aprovecharlo mejor, o los relacionados con facilitar la cercanía, bien sea física o emocional, entre las personas.

¿Prensa convencional o en Internet? ¿El libro de siempre o el electrónico?

Ambas. La convencional me sigue gustando, especialmente durante el fin de semana. Aunque debo reconocer que es realmente bueno tener todos los periódicos del mundo a un clic o poder leer la misma noticia en diferentes medios a la vez. En cuanto al libro creo que permaneceré aún durante un tiempo anclado al modelo tradicional.

¿Internet o televisión? ¿Internet en televisión o televisión en Internet? ¿Cuál es tu apuesta?

Aunque no estén excesivamente desarrollados los dos modelos existen ya, y creo que convivirán aún durante un tiempo, pero creo que en unos años las emisiones vía internet evolucionarán muchísimo y nos darán opciones que ahora mismo ni nos planteamos.

Hemos oído hablar mucho de las innovaciones que van a acontecer en el mundo de la televisión: interactividad, alta definición o 3D ¿Cómo imaginas la televisión en el futuro? ¿Qué esperas de ella?

Las cosas de las que me habla ya están aquí! Sin duda evoluciona muy rápido y la tendencia será que podamos acceder a los contenidos que queramos, en el momento que queramos y mediante diferentes soportes.

¿Algo “inconfesable” y tecnológico a la vez?

No tengo nada especialmente inconfesable... únicamente que en ocasiones “me acusan” de revisar el correo electrónico continuamente.

¿QUÉ HA PASADO?

MOBILITY SHOW VALLADOLID 2011

22 DE FEBRERO DE
2011



El evento, celebrado en Boecillo, reunió a más de 120 profesionales y estudiantes en torno al desarrollo de aplicaciones en Windows Phone 7 (WP7), los juegos y el concepto de oficina móvil. Se llevaron a cabo sesiones de desarrollo y de infraestructura móvil sobre WP7 y un DEMO SHOW sobre comunicaciones móviles.

JORNADA SOBRE GOBIERNO ABIERTO EN AYUNTAMIENTOS

24 DE FEBRERO DE
2011

OPEN GOVERNMENT

10 ideas
para hacer
tu Ayuntamiento
abierto

La jornada, celebrada en Laguna de Duero, se centró en dar a conocer a los responsables públicos y técnicos de las Entidades Locales de Castilla y León el concepto de Open-Government (Gobierno Abierto) y contó con la participación de las Administraciones más destacadas a nivel nacional.

PASADO?

IREDES, I CONGRESO IBEROAMERICANO DE REDES SOCIALES Y ENTREGA DE PREMIOS

24 Y 25 DE FEBRERO DE 2011



Celebrado en Burgos con la colaboración de la Junta de Castilla y León, reunió a los expertos latinoamericanos en redes sociales. Contó con la presencia de Juan Luis Arsuaga y Arturo Pérez-Reverte, entre otras personalidades, y fue el tercer contenido más seguido a nivel Mundial en Twitter.

INFOEVENTO SCOPEO: "WEB 2.0 A TU ALCANCE"

15 DE MARZO 2011



Dirigido a cualquier educador o futuro educador con inquietud e interés en introducir las herramientas Web 2.0 en el aula. Pasaron por él distintos profesores que ya están introduciendo en sus aulas las Web 2.0. La Jornada fue inaugurada por la Directora General de Telecomunicaciones de la Junta de Castilla y León.

I TALLER NACIONAL DE NUEVAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL SECTOR AGROALIMENTARIO

17 DE MARZO DE 2011



El Taller, se celebró en el marco del Salón de la Alimentación 2011. Diversos expertos del sector agroalimentario analizaron en Valladolid el papel de las nuevas tecnologías. También se presentaron los cinco Libros Blancos de las TIC en el sector agroalimentario.

Y EN EUROPA

AGENDA DIGITAL: PLAN DE ACCIÓN SOBRE ADMINISTRACIÓN ELECTRÓNICA PARA FACILITAR EL ACCESO A LOS SERVICIOS PÚBLICOS EN TODA LA UE



La Comisión Europea presentó las grandes líneas de un ambicioso programa de cooperación con los poderes públicos de los Estados miembros con el fin de ampliar y mejorar los servicios que prestan a través de Internet. El plan prevé cuarenta medidas concretas durante los cinco próximos años, que faciliten a ciudadanos y empresas el uso de servicios en línea. Las medidas se dividen en cuatro categorías: Capacitación del usuario, Mercado interior, Eficiencia y eficacia de las administraciones públicas, Crear las condiciones previas para el fomento de la administración electrónica.

EL CIP, PROGRAMA EUROPEO PARA LA COMPETENCIA Y LA INNOVACIÓN, PUBLICARÁ LAS CONVOCATORIAS DE PROPUESTAS PARA REALIZAR PROYECTOS EN TICS



El CIP está compuesto de tres ejes: el Espíritu emprendedor e innovación, la Energía Inteligente para Europa y las Tecnologías de la Información y la Comunicación-Programa de apoyo. Las prioridades de trabajo para 2011 son las TICs para una economía baja en carbono y movilidad inteligente, el Contenido digital, las TICs para la salud y un buen envejecimiento, Gobernanza innovadora y servicios públicos, y la Innovación abierta para Internet y creación de servicios.

LA COMISIÓN ABRIÓ UNA CONSULTA PÚBLICA SOBRE LA FIRMA E IDENTIFICACIÓN ELECTRÓNICAS



Con el fin de abordar la falta de confianza de los consumidores y las empresas en las transacciones en línea, la Comisión Europea lanzó una consulta a ciudadanos y a otras partes interesadas, sobre cómo pueden contribuir la firma electrónica y la identificación y autenticación electrónicas al desarrollo del mercado único digital europeo. Los resultados de esta consulta se mostrarán a la Comisión durante la revisión de la Directiva sobre la firma electrónica vigente y en la preparación de una iniciativa prevista de reconocimiento recíproco de identificación y autenticación electrónicas.

INICIATIVA EMBLEMÁTICA DE LA COMISIÓN EUROPEA: LA UNIÓN POR LA INNOVACIÓN



La Comisión Europea ha puesto en el centro de todos los debates la innovación como elemento clave para salir de la crisis. La UE intenta reducir la brecha que existe en I+D+i en relación con EEUU y Japón así como con los países emergentes. Para conseguir el aumento de I+D+i en los Estados miembros, ha lanzado esta iniciativa liderada al máximo nivel. Se pretende que la innovación sea horizontal y marque todas las políticas relacionadas.

AYUDAS Y CONVOCATORIAS

HASTA EL 28 DE ABRIL DE 2011

CONVOCATORIA DE LA INICIATIVA DE PYMES PARA CONTENIDOS DIGITALES Y LENGUAJES, DEL SÉPTIMO PROGRAMA MARCO (7PM) 2011

Esta convocatoria de la Unión Europea pretende hacer más fácil, especialmente a las pymes, la explotación y contribución a las grandes Fuentes de recursos digitales así como la experimentación centrada en el usuario, con el ánimo de demostrar la integración de tecnologías intensivas en información.

http://cordis.europa.eu/Fp7/dc/index.cfm?fuseaction=UserSite.FP7DetailsCallPage&call_id=392

HASTA EL 1 DE JUNIO DE 2011

CONVOCATORIA DEL PROGRAMA DE APOYO A LA POLÍTICA EN MATERIA DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN (ICT PSP) DEL PROGRAMA MARCO DE COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN (CIP) - CALL 5 2011

Esta iniciativa pretende estimular un crecimiento inteligente, sostenible e inclusivo, acelerando la adopción y buen uso de tecnologías digitales innovadoras y contenidos por parte de los ciudadanos, gobiernos y empresarios.

http://ec.europa.eu/information_society/activities/ict_psp/participating/calls/call_proposals_11

HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2011

PROGRAMA DE FOMENTO DE LA CONTRATACIÓN INDEFINIDA EN EL ÁMBITO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS (2011)

Esta convocatoria tiene como objeto fomentar la Formalización de contratos indefinidos en el ámbito de sectores inmersos en el nuevo modelo de economía productiva, caracterizados por la utilización intensiva de las nuevas tecnologías y la aplicación inmediata de los procesos de investigación y desarrollo (I+D+i).

http://www.emprendedores.jcyl.es/web/jcyl/Emprendedores/es/Plantilla100Detalle/1271837662776/_/1284165598501/Comunicacion

AGENDA

5, 6 y 7

abril 2011 (Madrid)

FERIA SITI/ASLAN 2011

14 y 15

abril 2011 (San Sebastián)

II CONGRESO INTERNACIONAL CIUDADANIA DIGITAL

17 y 18

mayo 2011 (Bilbao)

BILBAO WEB SUMMIT

25, 26 y 27

mayo 2011 (Valladolid)

IX JORNADAS TÉCNICAS SOBRE SEGURIDAD EN HOSPITALES

9

junio 2011 (Madrid)

ENCUENTRO DE INICIATIVAS OPEN DATA EN ESPAÑA: RETOS Y SOLUCIONES

15 y 16

junio 2011 (Madrid)

LA RED INNOVA

Organiza: @asLAN, Asociación de proveedores de sistemas de red, internet y telecomunicación. Más info: www.siti.es

Organiza: Diario Vasco. Más info: www.congresociudadaniadigital.com

Organiza: Oficina de W3C España, CTIC y Anboto. Mas info: www.bilbaowebsummit.com

Organiza: Hospital Universitario Río Hortega. Más info: seguridadenhospitales.wordpress.com

Organizan: Ministerio de Política Territorial y Administración Pública y Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. Mas info: www.aporta.es/web/guest/index.jsessionid=BE8288EBD59E663E62FB227AE9FDC64B.aporta_appl25

Organiza: La Red Innova. Más info: www.laredinnova.com

IMPORT



Internet también llega aquí

Desde ahora, **todos** los ciudadanos, las empresas, los centros educativos, las instituciones... de todo Castilla y León **podrán acceder a Internet** y disfrutar de las nuevas tecnologías de la forma más fácil.

Porque, **la Junta de Castilla y León ha abanderado la financiación de este gran proyecto** de comunicación, que se llama Interna-T.

Interna-T es por lo tanto, **el nuevo Internet**, cuya ventaja principal es que funciona **vía satélite**, por lo que no importa donde cada ciudadano esté. Se encuentre cerca o lejos, dispondrá de **Internet de alta velocidad siempre que lo desee**.

Por eso, más que nunca, podemos decir que Internet también llega aquí.

Más información:

Puntos de venta Telecor
900 81 80 82
www.telecor.es
interna-t@telecor.es



