



CYL DIGITAL

www.orsi.jcyl.es · orsi@jcyl.es

PRIVACIDAD Y SEGURIDAD REDES SOCIALES 104| ACCESIBILIDAD TDT 106|
E-MATEMATICAS 111| COMUNIDADES DIGITALES 113| PUBLICIDAD INTERNET 116|

Comunidades DIGITALES

“Nuevas Herramientas de construcción masiva”



SUMARIO



04 CIUDADANO /

04 ¿Están nuestros hijos seguros en la red?

06 Accesibilidad a la televisión digital para personas con discapacidad sensorial

08 EDUCACIÓN Y TIC /

08 No cuentes el tiempo, haz que el tiempo cuente

11 Las TIC al servicio del aprendizaje de las matemáticas:
Monográfico e-Matemáticas de SCOPEO

13 ACTUALIDAD /

13 Comunidades digitales: reingeniería democrática y modernización pública

16 EMPRESA /

16 El uso de YouTube como soporte publicitario

18 Las redes sociales en la comunicación de la pequeña y mediana empresa

21 SERVICIOS PÚBLICOS DIGITALES /

21 Estrategia de presencia en redes sociales

23 Paseos literarios por Burgos

25 ¿QUÉ SIGNIFICA?

26 PRACTIC@

28 HERRAMIENTAS EN LA RED

30 ¿QUÉ HA PASADO?

32 Y EN EUROPA

34 AYUDAS Y CONVOCATORIAS

34 AGENDA

1+1=2



EDITORIAL

CYLDIGITAL #8



Estimados lectores,

En el número actual la revista CYL digital hemos querido prestar especial atención a los nuevos usos y oportunidades que están surgiendo en los últimos tiempos en torno a las redes y medios sociales. Las redes sociales están ampliando su ámbito, tomando cada vez más presencia en cualquier aplicación o servicio disponible en Internet, transformando y cambiando nuestra forma de navegar, trabajar y de comunicarnos con los demás.

En la sección de Ciudadanos, trataremos aspectos relacionados con la protección de la privacidad y seguridad de los más pequeños en Internet y las redes sociales, dando una serie de claves a tener en cuenta por los padres, así como algunas herramientas de control parental. Hablaremos también de las tecnologías y dispositivos que hacen de la TDT un medio accesible para personas discapacitadas. Por otro lado, veremos aplicaciones interesantes y útiles que nos ayudarán a maximizar la productividad de los individuos, ya sea en el ámbito personal o profesional. En el ámbito educativo, abordaremos el papel de las TIC en la enseñanza de las matemáticas.

En el ámbito empresarial, algunas cuestiones de interés que tratamos en este número son las nuevas tendencias publicitarias basadas en marketing social, lo que supone una forma de hacer campañas publicitarias sin necesidad de disponer de muchos recursos. Asimismo veremos nuevos mecanismos de estar en contacto directo con los clientes, conocer opiniones y medir tendencias de mercado a través de medios sociales.

Por último, en el ámbito de las Administraciones Públicas, a la hora de plantearse la presencia en Redes Sociales, veremos la importancia que tiene el diseñar una Estrategia previa y proceder a determinados aspectos dentro de la organización. Hablaremos también del caso de éxito de la Biblioteca Municipal de Burgos, que gracias a las nuevas tecnologías ha favorecido un cambio espectacular en la biblioteca pública y en los servicios culturales y turísticos que ofrece a la ciudad.

Esperamos que disfrutéis de este número.

EDITA Observatorio Regional de la Sociedad de la Información, (ORSI)
Consejería de Fomento y Medio Ambiente - Junta de Castilla y León
Rigoberto Cortejoso 14 47014 Valladolid.

¿Están nuestros hijos seguros en la red?

Conoce el mundo en el que se mueven y educa al menor sobre los posibles peligros que puede encontrar en Internet

María Jesús García Sierra
Ingeniera de Telecomunicación

Las ventajas que ofrece Internet pueden convertirse en grandes enemigos si no hacemos un uso seguro y responsable de la tecnología

Estamos en un momento de grandes avances tecnológicos que están cambiando nuestra forma de obtener y consultar información, de relacionarnos con nuestros amigos y familiares. Conceptos como las redes sociales, facebook, tuenti, twitter, pinterest,... nos resultan cada vez más familiares. Las Nuevas Tecnologías están cambiando nuestra forma de comunicarnos y de relacionarnos. Aprovechando las oportunidades que nos brinda Internet, podemos mantener contacto con personas que se encuentran lejos, compartir con ellos nuestros pensamientos e imágenes, desde cualquier sitio y en cualquier momento. Sin embargo, estas ventajas pueden convertirse en grandes inconvenientes si no hacemos **un uso seguro y responsable de la tecnología**.

Una de las mayores preocupaciones y limitaciones de los usuarios de Internet es la **seguridad**. Así lo refleja, el último estudio publicado por INTECO sobre la seguridad de la información y la e-confianza de los hogares españoles: "La mayoría de los ciudadanos reconocen las lagunas en sus conocimientos sobre seguridad como motivo de recelo que limitan la utilización de las nuevas tecnologías". El colectivo de padres no se escapa a esta realidad. Mientras que los adolescentes, nativos digitales, se mueven como pez en el agua en el mundo de Internet y las redes sociales, los progenitores deben aprender y comprender un entorno, en muchos casos, desconocido y lleno de interrogantes para ellos.



Debemos partir de la base de que los peligros y riesgos de la sociedad digital son los inherentes al mundo real. Son habituales las noticias en medios de comunicación sobre casos de ciberbullying² o grooming³, sin embargo el tema del acoso no es nuevo. Las numerosas ventajas que aportan las nuevas tecnologías, se convierten en estas situaciones en grandes enemigos, ya que la inmediatez, permanencia, publicidad y "anonimato" conllevan un impacto muy superior y efectos tremendamente negativos para la víctima.

Las precauciones que enseñamos a los niños en el mundo real de no cruzar cuando el semáforo está en rojo, de no hablar con desconocidos,... se deben adaptar y aplicar en el uso que hacen en la red. Si acepto como amigo a cualquiera, si abro cualquier imagen o enlace que me envían, si no configuro apropiadamente mis opciones de privacidad, me convierto en una víctima potencial y un blanco fácil.

Según Javier Tamayo, miembro del Equipo Jurídico y de Privacidad de TUENTI "la mejor herramienta de control parental es la educación y concienciación social".

Más del 40 % de los usuarios de redes sociales encuentra difícil gestionar la privacidad de su perfil.

Son numerosas las opiniones de abogados, psicólogos, educadores, cuerpos y fuerzas de seguridad del Estado, sobre el uso de la red que hacen los menores, pero todos ellos coinciden en dos aspectos fundamentales. En primer lugar, es importante que los **padres y educadores** tengan la **información y formación** necesaria sobre el entorno digital en el que se mueven sus hijos. Existen diversas iniciativas tanto públicas como privadas que nos pueden ayudar en ese sentido: la Oficina de Seguridad del Internauta, www.osi.es, y especialmente su canal de Menores OSI, www.ciberfamilias.com, www.protegeles.com, www.proteccioninfantil.net, www.gdt.guardiacivil.es. Por otro lado, es clave la educación y concienciación de los menores de edad sobre la **importancia de la privacidad, la intimidad y la seguridad** en Internet.

El estudio sobre la percepción de los usuarios acerca de su privacidad en Internet, elaborado por INTECO¹, desvela que aunque una gran mayoría de los usuarios de redes sociales restringe el acceso a sus perfiles, más del 40 % ha encontrado difícil gestionar la privacidad de su perfil. Ésta sigue siendo una de las asignaturas pendientes de las redes sociales, sin embargo hay que destacar que es una de las áreas en que mayores esfuerzos están dedicando a la vista de noticias recientes como la de la red social Facebook que ha instado a sus usuarios a votar la nueva política de privacidad.

Para facilitarnos esta engorrosa labor de configuración de las opciones de privacidad de las redes sociales, están apareciendo últimamente algunos sitios que nos pueden hacernos la vida más fácil: **MyPermissions** y **AdjustYourPrivacy** son algunos de estos ejemplos.

- MyPermissions (<http://mypermissions.org>) está dirigido a analizar los **permisos que hemos dado a aplicaciones de** Facebook, Twitter, Google, Yahoo, LinkedIn, DropBox, Instagram y Flickr. Además nos recuerda mensualmente revisar los permisos que hemos ido otorgando.
- AdjustYourPrivacy (<http://adjustyourprivacy.com>) nos provee de los enlaces a las secciones de privacidad de varias redes sociales, así como una lista de sitios en los que poner a prueba nuestra configuración y ver que información se puede conseguir de nosotros en Internet.

¹ http://www.inteco.es/Seguridad/Observatorio/Estudios/Estudio_Privacidad

² El **Ciberbullying o ciberacoso** es el uso de las nuevas tecnologías tales como correo electrónico, redes sociales, blogs, chat, sms, teléfonos móviles difamatorios para acosar a un individuo o grupo, mediante ataques personales.

³ El **Grooming** es el acoso sexual explícito a través de la red.

⁴ http://www.inteco.es/Seguridad/Observatorio/Estudios/Estudiohogares_IC2012

Internet se ha convertido en una herramienta imprescindible en nuestras vidas. Es muy importante que los padres comprendan las ventajas y posibilidades que ofrece Internet en la educación y desarrollo de sus hijos. Sin embargo, no deben olvidar y educar al menor sobre los posibles peligros que pueden encontrar en la red y concienciarles en el uso responsable y seguro que hacen de ella.



Accesibilidad a la televisión digital para personas con discapacidad sensorial

El camino hacia una televisión más inclusiva

Mónica Castañón Llamas

*Oficina de transición a la TDT de la
Junta de Castilla y León*

El acceso a la información es un elemento fundamental para el desarrollo humano

En una sociedad donde la palabra comunicación se transforma a una velocidad vertiginosa empujada, en numerosas ocasiones, por la evolución de las nuevas tecnologías, distintas personas se encuentran, cada día, con barreras comunicativas a las que tienen que enfrentarse, si cabe, con un mayor esfuerzo que el resto de la sociedad. Dentro de este grupo se encuentran aquellas personas con discapacidad sensorial, en el caso que nos ocupa, con deficiencia visual o auditiva.

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), mientras que por un lado conduce hacia unos nuevos retos que las personas con discapacidad sensorial deben afrontar, por otro lado representa un conjunto de nuevas oportunidades, acercando contenidos e informaciones a quienes se encuentran afectados por esta situación. Se colabora con ello en el difícil empeño de poder extinguir, o al menos hacer menos ardua, la tarea a la que muchas

personas se enfrentan cada día para formar parte del proceso, en la actualidad más global y más participativo que nunca, de la comunicación. Las nuevas tecnologías ofrecen la posibilidad de avanzar y crear una situación de mayor igualdad de oportunidades. Además, el acceso a la información es un elemento fundamental para el desarrollo humano.

En el caso concreto de la accesibilidad a la televisión digital vemos reflejados estos nuevos retos y estas prometedoras oportunidades. El reciente cambio vivido en España con respecto a la forma de emisión y recepción de la señal de televisión invitaba a decir adiós a la televisión analógica para poder, de este modo, recibir a la nueva televisión digital, una llegada que permitía abrir la puerta a una televisión que pusiera al alcance de todas las personas los distintos contenidos relacionados con la información, la formación y el entretenimiento.

En este recorrido hacia una televisión más inclusiva, los principales elementos a tener en cuenta para las personas con discapacidad auditiva son: el subtítulo (o texto simultáneo en pantalla que refleja los diálogos y efectos sonoros de los contenidos emitidos) y el uso de la lengua de signos (mediante un intérprete que aparece en una pequeña ventana lateral de la pantalla); por otro lado, para las personas con discapacidad visual es de vital importancia la audiodescripción (o descripción oral



Los principales elementos a tener en cuenta son el subtítulo, la lengua de signos y la audiodescripción

de aquellos aspectos relevantes para la comprensión del mensaje a los que las personas con dificultades visuales no pueden acceder). La Ley General de la Comunicación Audiovisual de 2010 promulga el derecho de las personas con discapacidad visual o auditiva a una accesibilidad universal, según las posibilidades tecnológicas, a la comunicación audiovisual. Esta ley establece una serie de plazos de emisión de servicios de apoyo para las personas con discapacidad que deben ser cumplidos tanto por los canales de ámbito público, como por los de carácter privado, antes del 31 de diciembre de cada año.

Además, esta nueva televisión, así como los retos y las metas que puede alcanzar, requiere un trabajo conjunto tanto de operadores de radiodifusión, como de usuarios, investigadores e instituciones. Partiendo de los objetivos ya conseguidos, como es el caso de la existencia de decodificadores accesibles que permiten, entre otras opciones, el control de la navegación por voz y tamaños de fuente personalizables, o del trabajo que se está llevando a cabo para mejorar aspectos como el subtítulo o la interpretación en lengua de signos en tiempo real, se abren nuevas oportunidades a través de conceptos como el de televisión híbrida o HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV).

La televisión híbrida, que conlleva la unión de la televisión con internet, supone una nueva forma de acceso a la oferta de los distintos canales con contenidos personalizados. Con la implantación y el desarrollo de la televisión híbrida, el usuario podrá recibir televisión y contenido web a través de banda ancha, lo que supondrá una mayor interactividad y un aumento de las posibilidades de consumir contenidos televisivos con servicios personalizados específicos.

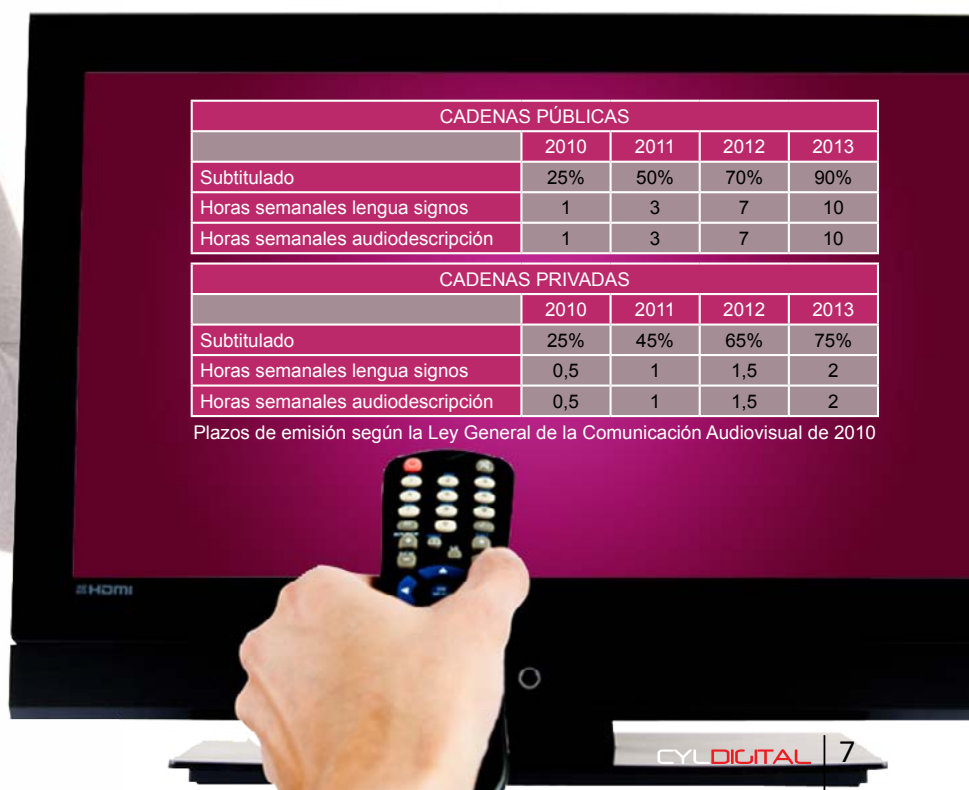
Además, el desarrollo de las tecnologías de comunicación inalámbrica o el trabajo desde el mundo de la investigación en dispositivos como las gafas de subtítulo^{1,2} también tendrán un papel protagonista en la tarea de conseguir un mundo audiovisual cada vez más accesible e inclusivo, una tarea, como decíamos, que implica el trabajo conjunto de distintos sectores de la sociedad.

Poco a poco se van tendiendo los puentes entre la sociedad y las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación sobre los cuales podrán circular cada vez más personas, construyendo, día a día, una integradora Sociedad de la Información en la que cada vez más oportunidades y menos obstáculos estén representados.

¹Vídeo explicativo sobre el funcionamiento de las gafas de subtítulo

²Aplicaciones actuales de las gafas de subtítulo

La tarea de conseguir un mundo audiovisual cada vez más accesible e inclusivo implica el trabajo conjunto de distintos sectores de la sociedad



No cuentes el tiempo haz que el tiempo cuente



Meritxell Viñas

Escritora y formadora en nuevas tecnologías aplicadas a la educación.

Autora del blog “Recursos TIC para profesores” (www.totemguard.com/aulatotem). Embajadora de Evernote. Cofundadora de TotemGuard, una empresa especializada en gestión de redes informáticas, dispositivos móviles y helpdesk

Desde el inicio de tu infancia, recibes tareas a realizar como “pon la mesa” o “ordena tu cuarto”. A medida que creces, aumenta la cantidad de tareas en modo de deberes y proyectos que debes completar. Y la demanda en tu tiempo todavía se incrementa más al llegar a la universidad en donde explota tu agenda social y vas ganando intereses y hobbies personales. De forma invariable, empiezas a organizar tu calendario social, tu trabajo y tus recados con un sistema más o menos sofisticado.

Por si fuera poco, hoy en día estás expuesto a enormes cantidades de información en papel y en formato

Una mala gestión de la información hace que no puedas aprovecharte de ella.

digital y multimedia. La avalancha de información te llega a través del correo electrónico, libros, revistas, documentos de trabajo, artículos online, páginas web, videos y redes sociales. La selección, lectura y archivo de toda esta información te supone un reto de organización y productividad personal, que no siempre es fácil de gestionar. Una mala gestión de la información hace que no puedas aprovecharte de ella.

Para ser productivo es imprescindible tener razones para serlo

Cuando piensas en una persona organizada y productiva, te viene a la cabeza una persona tremendamente ocupada y siempre trabajando. Un escenario poco atractivo y promovido por aquellos que malentienden la productividad.

La productividad bien entendida es la inversión estratégica de tu tiempo, energía, inteligencia y recursos para que de forma calculada consigas objetivos significativos. No se trata de estar cada vez más ocupado o conseguir trabajar más horas, sino liberar tiempo para perseguir aquellos sueños y metas que realmente nos motivan y nos hacen progresar.

Si observas y analizas a personas que son capaces de ejecutar una enorme cantidad de tareas a diario, verás que su secreto no reside en aplicar un sistema concreto de gestión del tiempo. Su éxito siempre se debe a

- Definir de forma reiterada y detallada las metas a alcanzar
- Evaluar a diario las acciones que se están tomando para conseguir esas metas
- Autodisciplina para superar las dificultades en el camino. No hay excusas que valgan.

Resulta que para ser productivo, una de las cosas más importantes es tener razones para serlo, es decir que los objetivos que nos son



personalmente importantes, estén bien definidos por escrito y podamos evaluar a diario nuestro progreso en ellos. Con lápiz y papel, iPad u ordenador, no hay ningún sistema de gestión del tiempo que no gire alrededor de la creación y el uso de listas.

Para el progreso diario, una simple pregunta interna puede ayudarte a diferenciar, tarea por tarea, si estás siendo productivo o simplemente estás ocupado: ¿Lo que estoy realizando en estos momentos me acerca a conseguir mis objetivos definidos?

No puedes esperar de forma razonable que la respuesta sea siempre positiva. Necesitas momentos de ocio, de conversación e incluso momentos de aburrimiento. Pero si tu respuesta es afirmativa en más del 50% de ocasiones, significará que estás evitando esas distracciones o interrupciones no programadas, que muchas veces otros imponen en ti.

Controla la tecnología para que la tecnología no te controle a ti

¿Puede la tecnología ayudarte a conseguir tus objetivos más fácilmente? A priori la tecnología es fantástica para aumentar tu productividad. La nube y el tablet, por ejemplo, pueden aprovecharse para trabajar en cualquier momento y desde cualquier lugar. Pero en mi experiencia como formadora en nuevas tecnologías, muy a menudo, la tecnología no sólo no aumenta la productividad sino crea el efecto totalmente opuesto, presentándote con continuas distracciones, malgastando tu tiempo navegando por Internet y consumiendo información innecesaria.

Un sistema efectivo para conseguir maximizar tu productividad personal pasaría por hacer un buen uso de las tecnologías de la información y comunicación. Sin duda gran parte de las distracciones e interrupciones en el trabajo tienen su origen en el teléfono móvil y en el ordenador. Para la mayoría, una mejora en la productividad significa simplemente

- Dejar de comprobar el correo electrónico, mensajes y redes sociales de forma continuada durante el día
- Desactivar notificaciones de aplicaciones y alarmas en el ordenador y móvil cuando iniciamos una tarea para una total concentración

El razonamiento es lógico. La mente trabaja de forma más eficiente cuando le permitimos poner toda su energía durante un periodo de tiempo continuado en esa única tarea. Un email puede cambiar nuestro humor, cortar el flujo de pensamiento o invadir en las prioridades sin un motivo lógico.

Para ser productivo, una de las cosas más importantes es tener razones para serlo

La mejor técnica es asignar un periodo de tiempo razonable cada día, o incluso cada semana si tu trabajo te lo permite, para atender estas comunicaciones, responder a temas importantes y organizar nuevos proyectos que surgen como consecuencia. A partir de aquí, la autodisciplina es clave para este cambio de hábito tan liberador para la mente.



Evernote: Encuentra una aguja en un pajar

He observado que la mayoría de personas no utilizan un sólo lugar central para archivar documentos, hacer listas de tareas pendientes, anotar su calendario o capturar información online.

En casi todos los casos todo está dispersado en diferentes sitios: cuenta de correo electrónico, agenda, papeles escritos, carpetas del ordenador, teléfono móvil, archivadores, navegador web, etc. Esta dispersión imposibilita recuperar una información concreta, tanto digital como en papel, cuando la necesitas sin perder mucho tiempo, concentración y energía mental.

Sin saberlo haces las mismas búsquedas de forma reiterada en Google, encuentras distracciones en el camino y pasas momentos frustrantes indagando en tu correo electrónico y en decenas de carpetas y subcarpetas en tu PC de escritorio. Es como buscar una aguja en un pajar y muchas veces te das por vencido en la búsqueda.

Además todos tendemos a almacenar ideas y acciones a completar en nuestras cabezas. Dada nuestra memoria limitada no es sorprendente que muchas de ellas se olviden y nunca lleguen a ejecutarse.

Usar de forma diaria un sistema que te permita capturar cada idea, cada tarea pendiente, cada información útil que te llega y almacenarla en un único lugar, es una manera de maximizar tu productividad personal. Permite a tu mente concentrarse 100% en la tarea que tienes en mano y no malgastar energía en búsquedas y esfuerzos por no olvidar.

La aplicación de software Evernote es una herramienta que recomiendo para este propósito de organización personal, aumentando radicalmente tu productividad y eliminando el gran volumen de papel que inunda tu vida. Este programa te permite re-organizar tus emails, ideas, lista de tareas, capturas web, URLs, documentos y notas escritas en un solo sistema y es completamente gratuito.

Dos características concretas hacen diferente esta aplicación a otras herramientas tecnológicas que ya utilizas con estos propósitos:

1. Accede a tu información en cualquier momento y desde cualquier dispositivo móvil

¿Tienes 30 minutos de espera en el aeropuerto o en la consulta del dentista? ¿Viajas cada día media hora en tren? En esta era móvil, la tecnología te permite ser más productivo si aprovechas esos momentos sueltos o imprevistos del día.

El verdadero poder de Evernote proviene en crear y acceder a tus notas (tareas, emails, agenda, documentos, papeles, etc.) desde prácticamente cualquier ordenador, navegador web o dispositivo móvil. Esta funcionalidad significa que puedes, por ejemplo:

- Guardar un artículo interesante que encuentras en un blog desde tu ordenador y después leerlo en tu iPhone o tablet, mientras viajas en transporte público.
- Tomar una foto con la cámara del móvil de unas notas escritas en una reunión, para después en casa completar esa misma nota con otros apuntes y tareas.
- Grabar una nota de voz con una idea que se te ocurre en la calle y así no perder ese momento de inspiración y claridad mental.

Evernote guarda automáticamente todas las notas y modificaciones que realices desde cualquiera de sus aplicaciones en la nube (MAC, Windows, Chrome, Firefox, Safari, Android, iOS, Blackberry, Windows Phone). Cuando abres Evernote en un equipo, se sincroniza el contenido con la nube para que siempre tengas a mano la última actualización y puedas seguir trabajando.

2. Filtrar y encontrar tu información en segundos

El secreto de Evernote reside también en la agilidad de su buscador para filtrar y encontrar cualquier contenido en segundos gracias al uso de etiquetas. La etiqueta es básicamente una palabra o un texto descriptivo que añades a una nota cuando la guardas en Evernote, con el fin de poder encontrarla fácilmente más tarde.

Cada nota contiene normalmente varias etiquetas para dar más posibilidades de éxito durante su búsqueda, aunque no es siempre necesario.

Imagina que deseas guardar este artículo sobre productividad y tecnología en tu cuenta de Evernote para tu consulta posterior. Tras guardar el documento en una nota, añadirías unas etiquetas explicativas generales y otras más específicas como "productividad", "TIC", "Evernote" y "Revista CYL". Si en un futuro lo deseas encontrar, introduciendo o seleccionando algunas de estas etiquetas en el buscador, te devolvería este artículo en cuestión de segundos.

Para acabar concluiría que todos conocemos personas muy organizadas que se apoyan únicamente en una simple libreta y otras que disponen de las últimas aplicaciones y dispositivos y ambos consiguen con éxito el mismo fin. Personalmente me decanto por la tecnología ya que tiendo a perder libretas con suma facilidad.

Usar de forma diaria un sistema que te permita capturar cada información útil que te llega y almacenarla en un único lugar, es una manera de maximizar tu productividad personal.

Pero, al contrario del pensamiento mayoritario, el mayor impacto en la productividad personal nunca proviene de un método o herramienta TIC concreta utilizada para crear listas sino en el simple hecho de crearlas, usarlas y revisarlas religiosamente a diario. Evernote mejorará tu organización capturando y centralizando tu información en un único lugar pero no podrá hacer el trabajo por ti.

Para más información sobre cómo mejorar tu productividad y conocer ideas y consejos sobre el uso de Evernote, visita el blog de TotemGuard en:

www.totemguard.com/aulatotem



Las TIC

al servicio del aprendizaje de las matemáticas:

Monográfico e-MatemaTICas de SCOPEO

La enseñanza de las matemáticas como área instrumental en la educación, hace imprescindible una adaptación a las nuevas formas de aprender de los alumnos.

Silvia Martín Hernández

Coordinadora del Observatorio SCOPEO.

@Scopeo_

“Es necesario propiciar un cambio en la enseñanza de las matemáticas, ya que la enseñanza tradicional de esta asignatura ha probado a ser poco efectiva, además de generar rechazo por parte de un gran número de alumnos”

Se ha generado un interés creciente y una necesidad de uso de las TIC, en las diferentes áreas del currículo, sobre todo en el área de Matemáticas

Este rechazo y esta ineffectividad, han generado un interés creciente y una necesidad de uso de las TIC, en las diferentes áreas del currículo, sobre todo en la asignatura de matemáticas, que hacen que crezca la necesidad de disponer de una serie de recursos útiles y variados dignos de tener a mano para el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Por un lado, en estos días que corren, es innegable **que las TIC han llegado para quedarse. No son una moda pasajera.** Las TIC son elementos fundamentales de la sociedad, de la vida cotidiana de las personas, y la escuela ni puede, ni es ajena a este proceso. El docente tiene que hacer frente a estos nuevos retos de su profesión, quiera o no. Debe adaptarse, tanto tecnológica como pedagógicamente. El rol del docente ha cambiado y por ende, el rol de estudiante pasivo, ha pasado a ser activo, participativo, indagador y con inquietudes al estudio. Lo que conocemos como el **alumno como descubridor de conocimiento.**

Y por otro lado, la **enseñanza de las matemáticas como área instrumental en la educación preuniversitaria y**



universitaria, hace imprescindible su aprendizaje y su adaptación a las nuevas formas de aprender de los alumnos. La necesidad de llevar las matemáticas a las TIC y las TIC a las Matemáticas es ineludible para nuestro sistema educativo.

Para que el uso de las TIC en matemáticas sea el adecuado, los alumnos deben profundizar gradualmente en el conocimiento, manejo y aprovechamiento didáctico

El monográfico de e-MatemaTICas cuenta con unas características especiales. Primero una base pedagógica, la opinión de expertos y un amplio banco de recursos TIC útiles para el aprendizaje de las Matemáticas

de las aplicaciones en los distintos campos matemáticos. Las calculadoras y aplicaciones informáticas deben suponer no sólo un apoyo a la realización de los cálculos complejos. Deben ser herramientas para la construcción del pensamiento matemático y facilitar la comprensión de conceptos. "Las TIC han de contribuir a un cambio sustancial del qué enseñar, poniendo el énfasis en los significados, en los razonamientos y en la comunicación de los procesos seguidos, dando progresivamente menos peso a los algoritmos rutinarios" (Serrano, 2009). Eso sin mencionar que **el uso de las TIC en cualquier actividad y en cualquier área, motiva a los alumnos, por el mero hecho de ser diferente a lo que hacen habitualmente.**

Actualmente, nos encontramos en la red cantidad de páginas web, grupos, recursos relacionados con las matemáticas directamente (web especializadas) o indirectamente (blogs de profesores y centros que suben post sobre actividades, prácticas o trabajos de matemáticas) y multitud de temas relacionados con esta asignatura, como aplicaciones, actividades con flash, App para móviles Smartphone, etc...

Se trata además, de proyectos en los que las matemáticas y las TIC son el eje de todo el proceso. Es muy amplia la cantidad de recursos a los que nos enfrentamos y por lo tanto y llegados a este punto nos preguntamos, **¿por qué esta necesidad? ¿por qué este surgimiento? ¿es fácil crear animaciones para matemáticas y por eso proliferan? O es que, ¿las matemáticas se han visto como algo necesario y han creído conveniente potenciarlo? ¿son un área en la que es necesario actualizarse y enseñar las cosas de otra manera?**

Con estas afirmaciones y preguntas, consideramos que la introducción al monográfico que hemos publicado desde el Observatorio SCOPEO, está servida. El monográfico No. 4 SCOPEO "e-matemáticas" (disponible en la Web de SCOPEO scopeo.usal.es), tiene unas características especiales. Características, que creemos ilimitadas dentro del área, pero que hemos cerrado en tres partes que son las que vertebran este trabajo. **La primera** y primordial, es un paseo por la bibliografía y la necesidad de establecer una base teórica fundamentada sobre la situación de las Matemáticas y sus posibilidades con TIC. **Posteriormente**, queríamos hacernos eco de las opiniones de los expertos en la materia, y hemos guardado un capítulo para que nos den su postura por medio de artículos que abarcan toda su experiencia y opinión en este tema. Y para finalizar con la vertebración del monográfico, hemos creído necesario, establecer un **"pequeño" banco de recursos** que resumen los sitios y herramientas más importantes para la enseñanza-aprendizaje de Matemáticas con TIC, yendo desde proyectos y pasando por blogs, herramientas y software, hasta aplicaciones móviles. Incluso contamos con una experiencia en la **creación de una aplicación móvil, creada con AppInventor**, para el aprendizaje de las matemáticas.

Creímos en lo imperioso de crear un monográfico con estas características para aunar todas estas herramientas y cerrarle al usuario, en menor medida, el abanico de recursos que dispone en la Red. Creemos firmemente en el aprendizaje de las Matemáticas a través de las TIC, sobre todo basándonos en la idea de que si hasta ahora, las cosas no han funcionado con metodologías tradicionales, **¿qué perdemos probando estas herramientas?** Algunos me dirán, el tiempo. Nosotros consideramos que no se pierde **el tiempo**, sino que al trabajar con otras herramientas, pensando alternativas, probando cosas nuevas, te realizas como persona y como profesional y acabas conociendo más

Queremos que con este monográfico cualquier miembro de la Comunidad educativa disponga de información y recursos para la enseñanza-aprendizaje de las Matemáticas.

a tus alumnos y a ti mismo. Acabas conociendo tus posibilidades y por qué no, tus límites. Es posible que el primer día cueste adaptarte y que los alumnos crean que **¡el profesor se ha vuelto loco!**, pero utilizar esta metodología con las mejoras que conlleva llevarla al aula, no sólo consigue que los alumnos y profesores se motiven, sino que también gracias al mero hecho de interactuar con estas tecnologías y herramientas, recibes un feedback directo. Este feedback, es el que te transmite el alumno en **cápsulas de conocimiento nuevo, generado y asimilado**. Creemos que cuando un docente llega a este punto, al que llamaremos **punto de NO retorno**, ha conseguido sus objetivos y al menos, este docente en particular, no volverá a la metodología tradicional.

Con este trabajo, hemos querido hacer llegar a todos los lectores la situación en la que se encuentra el área de matemáticas respecto a las TIC. Hemos intentado transmitir la opinión de los expertos y recabado recursos muy útiles para que a cualquier maestro, padre o interesado en mejorar su aprendizaje de matemáticas, o incluso profesores que quieran llevar **nuevos recursos** al aula, o se planteen dar el salto a usar estas herramientas, encuentre en este monográfico la **fuentes de información** necesaria para saber por dónde empezar.

BIBLIOGRAFÍA

ZEMELMAN, S.; DANIELS, H. & HIDE, A. (2001). Best Practice: New Standards for Teaching and Learning in America's Schools. Catalyst for change. 30 (3). 11. En línea en <https://www.ed.psu.edu/Catalyst/pdfs/Combined%20copies%20of%20Catalyst%20Archives/v30i3-Combined.pdf#page=11> Consultado el 4/10/2012)

SERRANO, V. (2009). La competencia digital y tratamiento de la información y su vinculación con la materia de matemáticas. Revista Digital e-CO. N.º 5, 1-11. En línea en <http://www.cepazahar.org/eco/n5/spip.php?article42> Consultado el 05/10/2011

Comunidades digitales: reingeniería democrática y modernización pública.

José Luis Rodríguez

Experto en Comunicación institucional y Marketing público de Territorio creativo.
<http://twitter.com/iusufr>

La idea de que las administraciones **son plataformas de gestión compartida** y los gobiernos espacios de **transparencia, participación y colaboración** resulta, sin duda, mucho más atractiva que la de la organización burocrática centralizada enunciada a mediados del siglo XIX por **Marx Weber**. Lo es no sólo por su presunta superioridad en términos de eficacia sino, ante todo, por su mayor legitimidad social. Sería extraño que no nos sedujera un lugar donde ciudadanos, empresas y responsables institucionales cooperan entre sí para ofrecer cada día más y mejores servicios a la sociedad.

Sin embargo, y a diferencia del modelo de Estado cerrado y fuertemente jerarquizado que todavía rige en buena parte del planeta, el llamado **Open Government** requiere de un factor aún mucho más complejo que el mero monopolio del poder: la coordinación de fuerzas y actores verdaderamente plurales, activos y preparados para intervenir en las políticas públicas.

“No podemos ser nada sin jugar a serlo”, dejó escrito **Jean-Paul Sartre**. Y, ciertamente, ni la administración más cristalina y abierta superaría el trance de no tener quien la sostenga. O, con otras palabras: **no hay buen gobierno sin buenos ciudadanos** (ORTIZ DE ZÁRATE, Alberto. 2006).

El problema es, con todo, bastante más profundo. Por un lado, muchas agencias, entidades y organismos oficiales se resisten una y otra vez a iniciar los procesos de reingeniería democrática que les exigen los nuevos tiempos. Sus directivos y empleados son, sin duda, víctimas más de la inercia y del temor al fracaso que de un terrible e inconfesable amor por la opacidad. Pero desdeñan, en líneas generales, el concepto propiamente “Open” de que fuera de los muros administrativos hay millones de anónimos “expertos” esperando una simple invitación para aportar soluciones mucho más potentes y sencillas que las propias.

“Basta con mirar alrededor de **esta sala** para descubrir que la capacidad y la inteligencia se encuentran ampliamente distribuidas en la sociedad y que no se limitan a nuestras instituciones” (NOVECK, Beth. 2012).

El Open Government requiere de algo más complejo: la coordinación de fuerzas y actores verdaderamente plurales, activos y preparados para intervenir en las políticas públicas.

La brecha democrática. De la representación a la participación

Por otro lado, parece cada vez más acusada la incapacidad de las estructuras de representación y participación convencionales (como los partidos políticos o determinadas agrupaciones profesionales), de organizar y, menos aún, de encabezar las aspiraciones de capas de la sociedad progresivamente más amplias.

La degradación de la propia actividad pública, para muchos representada en forma de corrupción política, nepotismo y alineamiento de aquélla con los grandes poderes económicos, justifica en parte dicho distanciamiento. Pero no explica en exclusiva la brecha actual entre gobiernos y gobernados.





Fuera de los muros administrativos hay millones de anónimos “expertos” esperando una simple invitación para aportar soluciones mucho más potentes y sencillas.

*“Lo que realmente está cambiando es el espacio público donde la sociedad delibera, construye sus percepciones y decisiones. Ese espacio, que fue construido en torno al Estado nación democrático en un momento en que el centro del mundo era el Estado, ha sido erosionado en su capacidad de representación por la **globalización**, por la construcción de identidades en las que la gente se reconoce y que no coinciden necesariamente con su ciudadanía” (CASTELLS, Manuel. 2012).*

Internet, en este sentido, ha sido igualmente determinante. Con él, a lo largo de las dos últimas décadas, se han producido cambios de tal alcance en nuestra forma de vivir, de trabajar y de relacionarnos que, a la fuerza, han impactado también en la manera en que la sociedad percibe su propio papel democrático.

Es evidente, por ejemplo, que para quienes desde su casa acceden hoy a millones y millones de informaciones de forma inmediata, individual y anónima gracias a la Red, el hecho de delegar una opinión, un voto o una decisión en actores y organizaciones “ajenas” empieza a resultar, cuanto menos, incomprensible; lo es, sobre todo, en un mundo y en un siglo donde cualquiera puede crear directamente sus propios contenidos y compartir libremente con personas del otro hemisferio sencillos comentarios... o poderosas herramientas de trabajo y de colaboración elaboradas de manera altruista -o no- por terceros.

Lo que se constata es, por tanto, una crisis de representación democrática y no tanto de participación.

Internet ha producido cambios de tal alcance en nuestra forma de vivir, de trabajar y de relacionarnos que, a la fuerza, han impactado también en la manera en que la sociedad percibe su propio papel democrático.

Comunidades digitales: herramientas de construcción masiva.

De hecho, es de este contexto social y tecnológico -por sí mismo revolucionario- del que han comenzado a surgir por todos los rincones del planeta grupos de ciudadanos, profesionales y gestores de los ámbitos público y privado cada vez más concienciados de su papel transformador.

Estas comunidades digitales, asociadas indisolublemente al denominado **ciberactivismo** (DE LA CUEVA, Javier. 2011), están en muchos casos a la vanguardia de las tareas de modernización pública y de difusión del Gobierno Abierto. Y están, en buena medida, por su propia naturaleza social y su carácter expeditivo:

- tienen autoestima social alta y vocación organizativa y/o de auditoría.
- no necesitan de grandes plataformas y recursos para desarrollar sus estrategias;
- no se organizan de forma estrictamente jerárquica ni duradera, frente a la lealtad incondicional y ordenada de las organizaciones clásicas;
- sus miembros comparten intereses pero proceden de entornos múltiples y diversos;
- se organizan, fundamentalmente, a través de Internet;
- su horizonte de trabajo no está limitado por fronteras geográficas, económicas, sociales o idiomáticas, por citar algunas;
- operan a través de la creatividad, la colaboración espontánea y el **aprendizaje compartido** (SANZ MARTOS, Sandra. 2012);
- apuestan por la participación directa y el trabajo en línea;
- se movilizan mediante acciones puntuales y consensuadas;
- orientan sus esfuerzos hacia objetivos altamente especializados;

Tales comunidades están llamadas, a semejanza de sus **equivalentes** en el ámbito comercial, a promover múltiples y cada vez más frecuentes acciones de **cocreación** de contenidos, cooperación en masa (**crowdsourcing**) y microfinanciación de proyectos (**crowdfunding**) para alcanzar sus objetivos de Gobernanza global.

El excedente cognitivo... y público

En esencia, lo que permite su activismo es lo que Clay Shirky denomina el **"excedente cognitivo"**, es decir, un **superávit de capacidades y conocimientos** del que podemos disponer para crear cosas y que se multiplica mediante la utilización intensiva de las redes sociales (RAMÍREZ-ALUJAS, Álvaro. 2012).

En España, en el ámbito de la apertura de la información del sector público u **Open Data** –que alimenta el principio de transparencia sobre el que descansa el concepto de Gobierno Abierto- hay ya algunas campañas de especial interés:

- **Adopta un senador**, impulsada en septiembre de 2011 para transcribir a formatos abiertos y tratables mediante aplicaciones de análisis de datos (como una sencilla hoja de Excel) las declaraciones de bienes de los diputados y senadores españoles publicadas originalmente como archivos de imagen PDF;
- **España en llamas**, lanzada desde la **Fundación Ciudadana Cívica** para recoger toda la información disponible sobre incendios forestales y apoyar el estudio de sus causas y de sus consecuencias medioambientales, sociales e, incluso, penales (sentencias judiciales);
- **#adoptaunaplaya**, desarrollada por el grupo de trabajo **#opendatasev** para recopilar, con la ayuda de personas anónimas, las mediciones sobre calidad de las aguas de baño de nuestro país e integrarlas con fines comerciales y no comerciales en un conjunto de datos reutilizable por cualquiera.

Cooperación evolutiva y gobiernos en red

Más allá de estos pequeños ejemplos, lo que parece haberse desencadenado gracias a Internet es una suerte de **cooperación evolutiva** (AXELROD, Robert. 1984) a escala global. Según ésta, los individuos no sólo no compiten sino que colaboran más intensamente –también en la esfera de la gestión pública- cuando se descubren enfrentados ante un mismo reto y con idénticas fuerzas:

- de forma incluso inconsciente e irracional;
- sin necesidad de más comunicación que sus propios actos;
- impulsados no tanto por la confianza sino por la reciprocidad;
- por causas también egoístas;
- al margen de toda autoridad central, mediante el control y la vigilancia mutua.

En ese escenario de supervivencia compartida, las Tecnologías de la Información y de la Comunicaciones (TIC) han venido a cubrir con su potencial movilizador los espacios borrosos y aparentemente inmóviles que separaban y dividían a millones de personas entre sí.

Las comunidades digitales promueven acciones de cocreación de contenidos, cooperación en masa (crowdsourcing) y microfinanciación de proyectos (crowdfunding) para alcanzar sus objetivos de Gobernanza global.

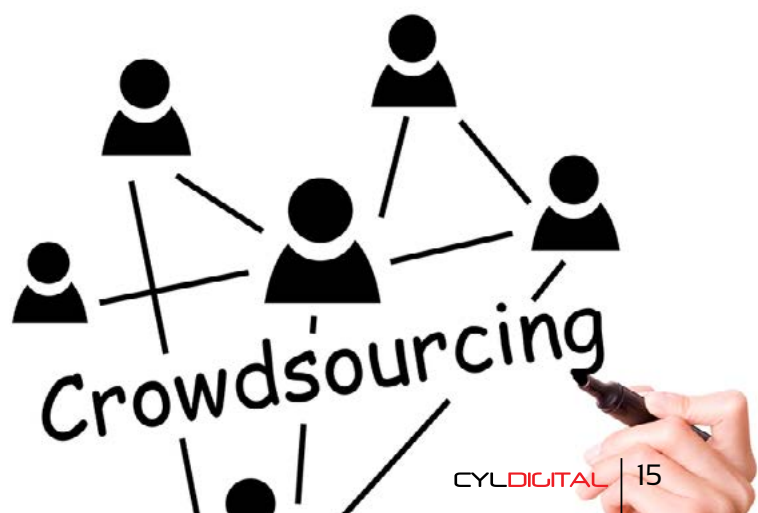
El **nuevo grial de las redes sociales** se encuentra en el eje de fenómenos tan apasionantes y novedosos como la elaboración bajo metodología **"wiki"** de la nueva **Constitución islandesa** o los trabajos de **Usahidi** para cartografiar las crisis humanitarias con Twitter y con mensajes de móvil.

Como recuerda Fernando Polo, las herramientas sociales ofrecen dos enfoques radicalmente disruptivos en la gestión de cualquier proyecto, privado o público, a través de las comunidades digitales:

- **Productividad fruto de la pasión**: se reducen intermediarios y la centralización de los equipos de trabajo. La experiencia sigue siendo un grado pero el acceso a la información es más universal. A cambio, se exige mayor involucración de las personas.
- **Innovación social**: desde la transmisión del conocimiento hasta su consolidación a partir de procesos no lineales ni simétricos en el tiempo. Las plataformas 2.0 potencian las relaciones y se convierten, gracias a ello, en facilitadoras de la innovación.

Hay otros mundos, pero están en éste, profetizó Paul Éluard. El reto es, precisamente, **hacer que esos mundos cooperen entre sí** y que lo hagan, además, en un contexto socioeconómico mucho más poliédrico y particularizado –no más individualista- que aquel para el que se diseñaron nuestros gobiernos. Por ejemplo, a través de esas comunidades digitales.

Internet ha creado las condiciones necesarias para ello. Sólo falta que nuestras administraciones se atrevan a abrir sus puertas. La transparencia, la colaboración y la participación llegarán solas.



El uso de YouTube como soporte publicitario

Campaña navideña de Freixenet

Matías López Iglesias

Doctor en Publicidad en el Lugar de venta por la Universidad Complutense.

Profesor Agregado de la Universidad Europea Miguel de Cervantes.

La imagen de una empresa con tanta solera como Freixenet, viene avalada por unos sólidos cimientos publicitarios. Desde 1977 destacados personajes, tanto nacionales como internacionales, anuncian la llegada de las fiestas navideñas: Liza Mineli, Antonio Banderas, Genne Kelly, Miguel Bosé, Rachel Welch, Paul Newman... todos acompañados de unas jóvenes de doradas vestimentas que simulan ser las burbujas del vino espumoso. Mas tarde, se incorpora al elenco el "niño de Freixenet" pertrechado de rojo porta una gran botella bajo el brazo. Este personaje fue rescatado de los primeros anuncios impresos, allá por 1920.

Desde el año 2007 asesorado por la agencia JWT (J. Walter Thompson) Freixenet apuesta por la diversificación de soportes y medios, pone especial énfasis en nuevos formatos publicitarios. Gracias a la plataforma YouTube, encuentra un medio en el que se hace partícipe al espectador ligando a su público con su visión de la marca y logrando que uno se involucre en la otra.

Con el albor de la crisis financiera, el año 2009, la compañía renuncia a repetir el modelo de spot que tanto éxito y fama le ha dado. Vuelca, a partir de entonces, todos sus esfuerzos comunicativos en un nuevo medio, Internet. Busca optimizar rendimiento y acercamiento con sus públicos.

El peligro de esta publicidad radica en que el espectador se la tome a broma y pueda ocasionar un efecto rebote

Es fácil darnos cuenta de la celeridad con que un medio tan dinámico como la web puede adaptarse a nuevas necesidades del internauta



Canal de Freixenet en YouTube www.youtube.com/user/Freixenet

La empresa Freixenet, en esta nueva etapa, invita a los internautas a votar entre varias campañas a emitir. Un año más tarde, a elegir quién sería el famoso que represente a la burbuja: Shakira en el 2010, Sara Baras y Juan Carlos Martínez en el 2011. Llegó incluso a permitir seleccionar al director Bruce Hunt para que dirigiera el spot de 2011 en las calles segovianas. Si bien no pudimos disfrutar de este anuncio tan "latino" rodado específicamente para el mercado alemán.

Actualmente es el director de cine Bigas Lunas quien decidirá entre los videos subidos por los internautas bajo el lema "por cual quieres brindar". El ganador representará a la marca en su campaña Navideña. Con esta iniciativa Freixenet ahorra, involucra y se suma a las nuevas tendencias publicitarias online con la participación creativa de sus públicos.

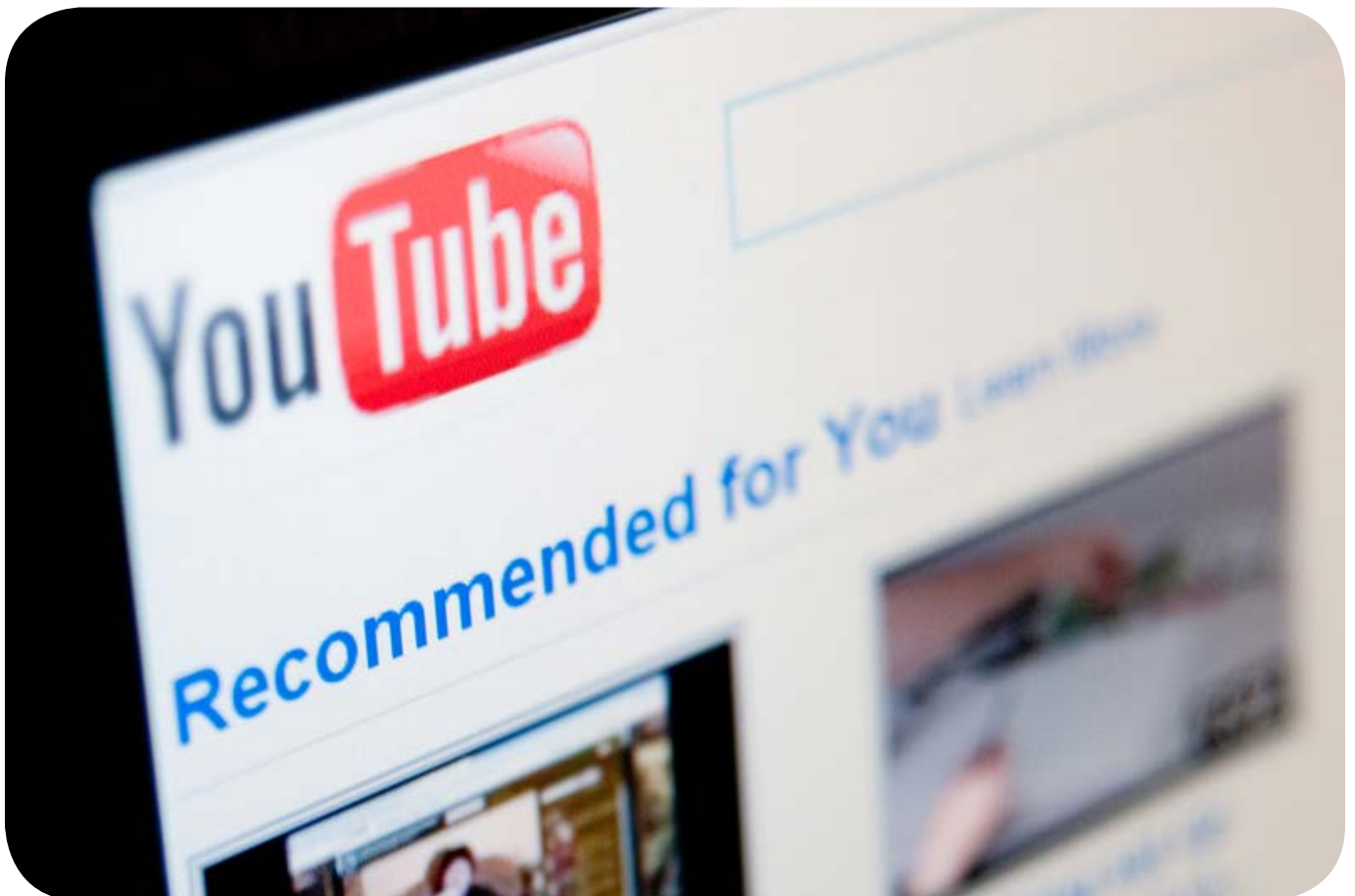
Este nuevo paradigma mediático nos hace plantearnos ¿Cuál es el cambio que están tomando las marcas para enfocar sus esfuerzos publicitarios en un medio como internet? Grandes marcas encaminan sus esfuerzos y presupuestos en fórmulas de publicidad no convencionales, ganando terreno a modelos más tradicionales como el spot televisivo o la cuña radiofónica.

Aunque nos planteemos constantemente cuál es el futuro de la publicidad en este medio, no menos importante es ver con perspectiva el pasado. Freixenet es reconocido por sus glamorosos y chispeantes anuncios navideños. Herramientas sociales como Twitter o Facebook han volcado el tráfico en la red hacia una vocación social. Los roles han mutado y la marca se integra en un ecosistema digital donde el anunciante se convierte en receptor y el espectador en redactor de los mensajes.

Freixenet realiza una apuesta arriesgada por la publicidad en internet

Vetustas agencias como la JWT, fundada en 1877, se han planteando cuál es el futuro de la publicidad en internet y como debe ser adaptada a los públicos. Se realizan complicadas piruetas en extraños formatos que enarbolan grandes alardes multimedia, dotes creativas y un sinfín de recursos tecnológicos. ¿Cuál es el fin? En la mayoría de los casos, no buscan más que, llamar la atención.

La publicidad se encuentra con el medio, internet. La comunicación media entre marca y públicos, canaliza la comunicación. Busca, facilita y colabora en pro de estrechar lazos entre ellos. Ha de ser usada con inteligencia y buen hacer. Iniciativas arriesgadas como ésta deben ser analizadas con la perspectiva del tiempo. Pronto o tarde veremos si Freixenet hizo bien o mal en matar a la "burbuja" para entrar en la era de la red.



Las redes sociales en la comunicación de la pequeña y mediana empresa

Uso actual de las redes sociales en la comunicación empresarial

Begoña Gómez Nieto

Profesora agregada de la Universidad Europea Miguel de Cervantes (Valladolid)

La llegada de Internet a la vida cotidiana supuso una revolución a distintos niveles: localización y búsqueda de información, relaciones personales, panorama mediático y publicitario, consumo de medios, hábitos de las personas, compra de productos y servicios, en definitiva cambió las reglas del juego en las relaciones personales y en las relaciones entre el consumidor y las organizaciones.

Dentro de Internet, las redes sociales están transformando y cambiando nuestra forma de navegar por la red. Muchas personas no navegan ni rastrean en buscadores como Google, sino que están en Facebook o Tuenty, entre perfiles de conocidos. Es decir que la Web 2.0 está suponiendo una revolución en todos los sentidos, ha marcado una revolución social global, pero también es cierto que no todos podemos utilizarlas con la misma soltura. Las grandes empresas poseen muchos más recursos y posibilidades que las pymes. Pero, ¿esto significa que las redes sociales sean un campo de actuación exclusivo de las grandes organizaciones?, en absoluto.

Las pymes pueden encontrar en las redes sociales plataformas útiles para dar a conocer sus productos y permanecer en contacto directo con sus clientes, con un público objetivo a nivel global

Las empresas y organizaciones independientemente de su tamaño y ámbito de actuación deben evolucionar y adaptarse a las nuevas tecnologías. El medio online en el que la mayoría de las pymes están inmersas es un ejemplo de ello.

Las pymes pueden encontrar en las redes sociales plataformas útiles para dar a conocer sus productos y permanecer en contacto directo con sus clientes con un público objetivo a nivel global. El coste necesario para trabajar con redes sociales es relativamente reducido,



por lo que con una mínima inversión se pueden conseguir resultados óptimos. La figura del Community Manager es necesaria y debe ser profesional, aunque las pymes pueden decidirse por soluciones más modestas. Una gran corporación en cualquier caso no puede tener nunca a un becario como Community Manager.

Es muy recomendable tener a una persona pendiente de lo que sucede en las redes sociales, pero también para empresas con poco presupuesto puede ser un exceso!

Pero, ¿qué puede hacer una pyme en redes sociales como Facebook, LinkedIn, Xing o Twitter? Pues entrar en contacto directo con los clientes, conocer opiniones y medir tendencias de mercado para delimitar cuáles serán los productos de más éxito, resolver cuestiones y dudas al más puro estilo de atención al cliente, crear comunidad en torno a una marca determinada, informar sobre novedades llegadas al punto de venta, etc. Las posibilidades son muchas y esto representa una oportunidad única para las pymes que sin las herramientas de la sociedad de la información no podrían plantearse competir de tú a tú con los grandes por el mismo mercado global y social.

La presencia online de las pymes

En mayo de 2010 Google y The Cocktail Analysis pusieron en marcha un estudio para conocer cuál es la situación de las pymes españolas con respecto a su desarrollo y presencia en Internet y con el objetivo de conocer las barreras y limitaciones por las que la presencia de las pequeñas y medianas empresas en la red es tan escasa.

El estudio se realizó sobre 3.556 pymes en total (con y sin acceso a Internet), de las cuales sólo el 23% tiene desarrollada presencia online de algún tipo (página web/ perfil en redes sociales/ blog), subiendo al 33% entre aquellas que tienen acceso a Internet. Algunas conclusiones del informe son las siguientes:

Con frecuencia las pymes son las últimas en adaptarse a los cambios en el mercado

Sobre las pymes que no tienen presencia online, apuntamos los siguientes aspectos:

- Tienen un ámbito de actuación predominantemente local.
- Además 6 de cada 10 Pymes sin presencia online no se han planteado nunca la creación de una web de empresa.
- Entre las empresas que no se han planteado la creación de una web, la ausencia de necesidad subjetiva ("no la necesito para comunicar productos y/o servicios") aparece como el principal motivo.
- Se desconoce de forma generalizada el coste que conlleva el desarrollo de una web de empresa entre las Pymes Offline: 71% dice no conocerlo.

Las posibilidades son muchas y esto representa una oportunidad única para las pymes, plantearse poder competir de tú a tú con los grandes por el mismo mercado global y social.

- La publicidad en páginas de resultados de buscadores es la forma de hacer publicidad online más conocida entre las pymes que no tienen presencia en Internet.

Acerca de las Pymes con presencia online señalamos que presentan un radio de actuación geográfico más amplio que las que no cuentan con presencia online con las siguientes peculiaridades:

- La presencia de las Pymes en Internet se articula en torno a un sitio web (96%), dedicando menor atención a la presencia en redes sociales (6%) o a la publicación de un blog (3%).
- El mix de medios/formatos utilizado por las empresas que están online abarca más medios/formatos que las utilizadas por las empresas que no tienen presencia online: utilizan una media de 3,1 medios frente a los 2,0 que usan las pymes offline.





- Los formatos de publicidad offline más utilizados entre las pymes con presencia en Internet son anuncios en revistas y periódicos y los directorios de empresas.
- El formato de publicidad online más utilizado por las empresas con presencia en Internet son los Directorios seguido de los buscadores.
- La publicidad en páginas de resultados de buscadores se sitúa como la publicidad más eficaz del entorno online².

¿Qué puede hacer un emprendedor en redes sociales?

- Las redes sociales están adquiriendo cada vez mayor presencia en el día a día de las personas, y están afectando al modo de relacionarnos y de comportarnos. Por lo tanto, los pequeños negocios deben adaptarse a las nuevas conductas de compra.
- Pueden ser un canal de atención a tu posible cliente que hoy en día los usuarios agradecen. Así no tienen que buscar un teléfono de atención (casi siempre un 902) y hablar con una máquina.
- Buscar una nueva utilidad a tu producto o crear una necesidad sobre él. Las redes sociales e internet pueden ser el mejor escaparate para dar un giro a tu estrategia de negocio.
- Generación de más visitas a tu sitio web. Esto consiguen las redes sociales y por ende más ventas y mayor reputación online y offline (ya sea buena o mala).
- Obtener feedback por parte del consumidor sobre tus productos. Puede ser un control a la calidad, al uso, a nuevas mejoras o a comparaciones con la competencia.
- El 78% de las personas hacen caso a las recomendaciones de otras. Las redes sociales son un canal de recomendación y de búsqueda de necesidades por parte de un público al que un emprendedor o una pyme no podría llegar a no ser por ellas.
- También es positivo adelantarse a lo que están haciendo tus competidores. Estudiar sus acciones e innovar.

Las pequeñas y medianas empresas también deben seguir una estrategia de marketing online para captar clientes o fidelizar a los ya existentes.

“Si no estás en Internet, no existes”. Ésa parece ser la conclusión a la que ha llegado un estudio elaborado con motivo del VIII Foro Profesional del Anunciante. Este informe, que analiza la forma de consumir que tienen los usuarios, dicta que el 69% de los encuestados busca su marca preferida en las redes sociales, con respecto al 20% que lo hace en televisión.

De los que habitualmente se hacen fan, el 70% elige unirse a hasta cinco empresas. Otro estudio similar revela que en España el 68% de los usuarios hacen compras desde su ordenador una vez que han comparado el producto en las redes sociales, gastándose alrededor de 452 euros en sus adquisiciones. Estos resultados descubren la importancia que tiene la interacción en la red no sólo en las grandes corporaciones, sino también en el mundo de las pymes.

Por otra parte está el consumidor, acostumbrado ya a que las redes sociales sean un canal abierto de atención al cliente, que exige una comunicación de tú a tú con la empresa y que ve en las redes sociales una plataforma donde expresar su disconformidad con un determinado producto o servicio³.

Es un canal de acceso a sus clientes potenciales útil, ágil y eficaz, con unas barreras de entrada significativamente bajas en términos de conocimientos e inversión de recursos. Según el Primer Estudio Nacional sobre el uso de las redes sociales por parte de las pymes españolas, publicado por la Fundación Banesto en colaboración con ENISA, del Ministerio de Industria (octubre 2011), las empresas acostumbran a utilizar 1-3 redes sociales, pero de una forma muy incipiente. La red social más utilizada es Facebook con un porcentaje de uso del 38,7%, seguida a gran distancia de la plataforma de microblogging Twitter con el 11,19%, el portal de videos Youtube con un 8,26%, LinkedIn con un 6,54%, y el repositorio de imágenes Flickr con un 3,21%. En la actualidad el uso activo de estas plataformas según el estudio no supera el 25%. Cualquier empresa puede aprovechar las redes sociales, casos como los de “@BereCasillas (el sastre 2.0 que ha cambiado el modelo tradicional y está triunfando)”, “@digitalmeteo (el hombre del tiempo en Internet) e incluso encontramos casos de funerarias que se promocionan con imágenes “frikis”. En definitiva, cualquier tipo de empresa y actividad tiene cabida en la plataforma una red social.

1 <http://emiliomarquez.com/2010/06/08/pymes-redes-sociales-facebook-twitter/>. Fecha de consulta: 18/10/2012

2 <http://tcanalysis.com/blog/posts/un-33-de-las-pymes-con-acceso-a-internet-tiene-algun-tipo-de-presencia-online>. Fecha de consulta 10/10/2012

3 <http://www.puromarketing.com/53/12745/como-influyen-redes-sociales-pymes.html>. Fecha de consulta: 16/10/2012.

Estrategia de presencia en redes sociales

Antonio Ibáñez Pascual
@aibapas

Jefe de Servicio del SIAU y la Web Corporativa en la Junta de Castilla y León

La importancia que tiene para las organizaciones contar con un modelo de actuación

¿Nos hemos parado a pensar por qué queremos estar en las redes sociales? ¿Cuáles son nuestros objetivos?

¿Cuántas veces se nos ha pasado por la cabeza o nuestros superiores han planteado la cuestión: "Quiero estar en las redes Sociales (o en alguna en particular)"?

Llegado ese momento, ¿nos hemos parado a pensar por qué queremos estar en las redes sociales? ¿Cuáles son nuestros objetivos?

Permítanme hacer un símil: Resulta que este fin de semana hay una fiesta a la que va a asistir mucha gente. Una de las posibilidades es que no sepamos de la existencia de esa fiesta o que no queramos saber

nada de la misma. Pero el primer impulso podría ser: "¡Tengo que ir a la fiesta! A ver si voy a ser el único que no está allí" Cuando llegas allí con tu mejor ropa esperando te encuentras con una fiesta de disfraces. Lo que pensabas que iba a ser una fiesta con música disco con gente ganas de bailar resulta ser un ambiente con música años 80 y sofás donde los grupos conversan tranquilamente.

Con las redes sociales en ocasiones ocurre lo mismo. Se crean cuentas en diferentes redes sin conocer bien ni para qué sirven ni su funcionamiento. No hay que olvidar que **las redes sociales deben ser un medio para conseguir nuestros objetivos, no un fin en sí mismo.**

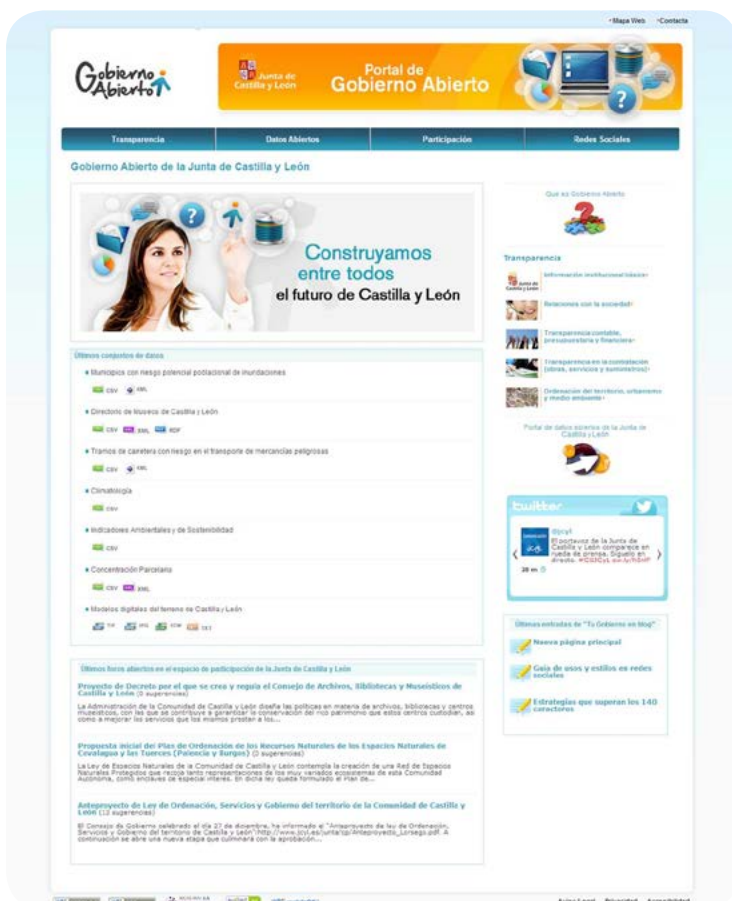
La presencia adecuada en redes sociales puede reportar beneficios (Incremento de la audiencia potencial, transparencia, inmediatez, interactividad...) pero además debemos ser conscientes de que una presencia inadecuada en las mismas puede tener efectos perversos.

Por ello, cualquier organización (administración pública, empresa, etc.) que se plantee dar el paso **es necesario que tenga una estrategia de presencia en redes sociales.** A continuación daré algunas ideas que pueden ayudar a enfocar la misma.

Organizar correctamente el tiempo y los procedimientos de actuación es fundamental para tener una presencia eficaz en las redes sociales

En primer lugar, **antes de crear las cuentas debemos tener en cuenta** los siguientes puntos:

- Objetivos:** ¿De qué se va a hablar (tema, marca...)? ¿en qué medida se pretende buscar la interacción con los ciudadanos? ¿se han definido objetivos medibles?, etc.
- Destinatarios:** ¿Es una iniciativa dirigida a colectivos concretos? ¿quiénes? ¿cómo vamos a promocionar el canal para que la conozcan?, etc.
- Funcionalidades:** ¿Las funcionalidades deseadas van acorde a la red/es social/es en la que queremos tener presencia?



Portal de Gobierno Abierto de la Junta de Castilla y León

4. **Persistencia:** ¿Se trata de una iniciativa permanente en el tiempo o con una duración acotada? En este último caso, ¿se ha pensado qué hacer con los seguidores una vez terminada la campaña?
5. **Recursos:** ¿Qué personal se va a dedicar para realizar las tareas en los tiempos y forma (calidad) que se requieren? Crear una cuenta en una red social es gratis, pero el tiempo de los recursos que dediquemos es valioso.
6. **Contenidos:** ¿Vamos a tener contenidos suficientes para tener una publicación constante? ¿Se adecuan los mismos a la red social escogida?
7. **Presentación:** ¿Hemos pensado en cómo la imagen y descripción de la cuenta sea clara para nuestro público objetivo?

Una vez que tengamos todos estos puntos claros y hayamos creado la cuenta (o cuentas) es momento de empezar a gestionarla. Partiendo de la base de que cada red social tiene sus propias particularidades y operativa específica, es posible plantear una serie de acciones que nos permitan que la gestión de las cuentas sea lo más eficiente posible:

1. **Tener claro cuánto tiempo y en qué momentos del día** vamos a gestionar las cuentas. Debe haber un compromiso mínimo que nos permita dedicar todos los días parte de nuestros recursos de forma organizada. Hay que evitar el "llevo unos días ocupado/a y no he podido mirar la cuenta"
2. Disponer de un **plan de publicación:** Se trata de trabajar con un calendario en el que programemos (semanalmente, quincenalmente...) qué se va a publicar cada día. Con el trabajo del día a día surgirán nuevos contenidos que compartir pero este planning nos permitirá evitar la improvisación.
3. Definir un **procedimiento de gestión de comentarios:** ¿A qué comentarios tengo que contestar? ¿De qué forma? No es lo mismo la actuación que se hace ante una pregunta que una crítica, o sobre un comentario positivo que con un insulto, por ejemplo.
4. Establecer un **procedimiento de escalado y de gestión de crisis.** ¿Cómo debe operar un gestor cuando se le plantea un comentario al que hay que responder pero no se dispone de la respuesta? ¿Y si se trata de un tema que potencialmente puede generar una crisis de reputación? El gestor debe poder resolver la situación teniendo un procedimiento ágil de comunicación, con actores definidos que permitan dejar claro de quién es la responsabilidad.
5. **Monitorizar:** Estar en las redes sociales no se debe limitar a publicar contenidos. Es necesario saber qué se dice de nosotros, buscar contenidos de utilidad relacionados con nuestra actividad, saber qué demanda nuestra audiencia... El tiempo dedicado a monitorizar debería ser tanto o más que el invertido en publicar.
6. **Medir y evaluar:** Una de las ventajas que tienen las redes sociales es que nos permiten obtener valores objetivos que utilizaremos en la definición de indicadores. Con los mismos podremos analizar nuestra presencia para comprobar si con la misma estamos cumpliendo nuestros objetivos y conocer en qué podemos modificar nuestra

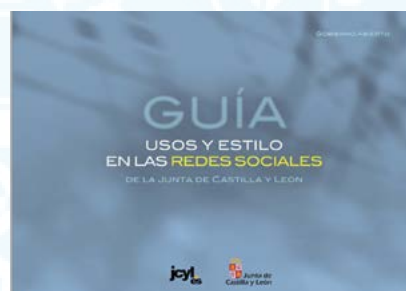
Debemos preguntarnos: "Si yo no fuera yo, ¿me seguiría en las redes sociales?"

presencia para conseguirlo. Si obviamos este paso, ¿cómo sabemos si nuestra cuenta funciona realmente o no?

Todas estas actuaciones deben servirnos para sacar el mayor provecho al trabajo que dediquemos a la gestión de cuentas en redes sociales. Dentro de la organización **debe coordinarse tanto la gestión realizada en las diferentes cuentas de la organización como la presencia que se tenga a través de otros canales:** portales web y, por supuesto, aquellas actuaciones que se hagan en los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio, televisión...). Al fin y al cabo, todos ellos son vías de información y relación con el ciudadano.

Finalmente es preciso recordar que la calidad e interés de los contenidos que publiquemos determinarán en gran medida el éxito de nuestras actuaciones. Porque, con cada una de las cuentas que manejemos debemos preguntarnos: **"Si yo no fuera yo, ¿me seguiría en las redes sociales?"**

Puedes encontrar información más extensa en el documento **"Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Junta de Castilla y León"**, que se enmarca dentro de la línea de actuación de Redes Sociales en el modelo de **Gobierno Abierto de la Junta de Castilla y León** iniciado a principios de 2012. También recomiendo la lectura de la **"Guía Práctica para el uso de las Redes Sociales en los Ayuntamientos"**, enfocado de una forma práctica al uso que un Ayuntamiento y los empleados públicos pueden hacer de las redes sociales.



Portada de la Guía de usos y estilo en las redes sociales de la Junta de Castilla y León



Porta de de la Guía Práctica para el uso de las Redes Sociales en los Ayuntamientos

Paseos literarios por Burgos

Rafael Ibáñez Hernández
@rafaeliba

Ayudante en la Biblioteca Municipal de Burgos

Literatura y tecnología para disfrutar de la ciudad

Las nuevas tecnologías vinculadas a Internet han favorecido un cambio espectacular en la biblioteca pública, reinventándose como dinamizadora de la vida social y económica.

Aunque en ocasiones pueda parecer lo contrario, las nuevas tecnologías vinculadas a Internet han favorecido un cambio espectacular en la biblioteca pública, reinventándose más allá de su carácter cultural como dinamizadora de la vida social y económica de su localidad. Si en un principio se limitó a la mera presencia institucional en la web, y más tarde a contar con un catálogo en línea. Hoy ya se trabaja en la creación de nuevos contenidos enriquecidos, conformes con los nuevos canales de comunicación.

Nos propusimos participar en la estrategia de marketing de ciudad que viene desarrollándose en los últimos años y aportar un elemento de economía creativa.

Imbuídos de la inquietud que siempre ha caracterizado a la Biblioteca Municipal de Burgos, nos propusimos participar en la estrategia de marketing de ciudad que viene desarrollándose en los últimos años y aportar un elemento de economía creativa. Siendo la nuestra una urbe con un innegable potencial turístico, resultaba

necesario recurrir a criterios de innovación para generar una oferta que resultase atractiva para el turista cultural así como, por qué no, a los propios ciudadanos burgaleses: la posibilidad de utilizar las nuevas tecnologías para "leer" la ciudad, de recuperar y difundir la memoria literaria de los rincones burgaleses más significativos, a partir de los testimonios de quien la visitó o vivió en ella.



Código para acceder al mashup

¿En qué consiste el Proyecto?

Se trata de ofrecer a los ciudadanos y visitantes de la Ciudad la posibilidad de leer y escuchar fragmentos literarios relacionados con los rincones urbanos de la ciudad mientras recorren sus calles. A través de los teléfonos móviles pueden consultarse y escucharse las rutas, mediante la captura de códigos QR o con el apoyo de elementos de geolocalización y realidad aumentada.

¿Cómo lo hemos hecho?

El material inicial nos fue proporcionado por Fernando Ortega Barriuso, erudito local autor del libro *Burgos, paseos literarios*, en el que diseñó cinco rutas para recorrer la ciudad leyendo fragmentos de escritores tan diversos como Gustavo Adolfo Bécquer, Jesús Carazo, Edmundo de Amicis, Alejandro Dumas, Federico García Lorca... Se seleccionaron casi un centenar de textos para elaborar un sitio web dotado con contenido multimedia. Para ello se optó por la plataforma *WikiSpaces*, cuya facilidad de manejo y capacidad para la integración de otras herramientas resultaban idóneas. Cada uno de los hitos que componen los itinerarios cuenta con su propia página, en la que se transcriben los textos relacionados y se complementan con algunas fotografías, que fueron tomadas por personal mismo de la Biblioteca y procesadas mediante programas libres como *XnView* y *GIMP 2*. Con el fin de no sobrecargar los servidores,



se planteó utilizar el repositorio social *Flickr* para alojar las imágenes; pero alguna de las limitaciones de este popular servicio nos indujeron finalmente a optar por *ipernity*, un servicio de características muy similares.

Para mantener la estructura ambulatoria en la disposición de los contenidos *Google Maps* es la herramienta perfecta, puesto que permite embeber los mapas, trazar los recorridos y marcar cada uno de los hitos o POIs, empleándolos como enlaces a sus páginas correspondientes. De esta manera, las rutas pueden seguirse tanto navegando a partir del menú y los enlaces en el texto como a través de la visualización cartográfica de las trayectorias. Surgió así la web *Paseos literarios por Burgos*.

Incorporada la experiencia gráfica a la selección de textos, se hacía imprescindible liberar al usuario de la lectura textual, puesto que el acceso a través de ordenador lo mantendría anclado a un lugar fijo, mientras que el examen de los textos impresos —opción que ofrece la plataforma de publicación empleada— mientras recorre la ciudad le limitaría percepción de otras sensaciones. De ahí que cada recorrido cuente con una versión sonora para escucharla mientras se pasea por la ciudad. Las lecturas fueron realizadas íntegramente por personal de la Biblioteca, que además ha seleccionado el fondo musical y editado con *Audacity* las grabaciones para la confección de diferentes archivos *mp3*, que han sido alojados en *iVoox*. Este servicio, además de permitir la integración de diferentes reproductores en la web, facilita la difusión de podcasts mediante métodos variados: acceso y descarga directa, suscripción a canales RSS, remisión a diferentes redes sociales, envío por correo electrónico...; para los dispositivos móviles cuenta con un servicio de recepción por SMS e incluso con una aplicación nativa, además de permitir la descarga de los ficheros mediante la captura de un código QR.

Los Paseos literarios por Burgos demuestran que, combinando diferentes herramientas y plataformas gratuitas, puede ofrecerse un servicio novedoso y atractivo para promocionar nuestra ciudad.

Los *Paseos literarios por Burgos* demuestran que, combinando diferentes herramientas y plataformas gratuitas, puede ofrecerse un servicio novedoso y atractivo para promocionar nuestra ciudad. Para su difusión entre nuestros visitantes y conciudadanos se editó a comienzos del verano de 2011 un tríptico con los mencionados códigos QR, que se distribuyó en el Centro de Recepción de Turistas [CITUR] y en las diferentes bibliotecas y museos de la ciudad. Ya en 2012 se editó una postal distribuida también gratuitamente con el mismo fin por diferentes establecimientos, al mismo tiempo que se completaba el diseño del servicio de *Paseos literarios por Burgos* recurriendo a la realidad aumentada. Mediante la herramienta *Hoppala Augmentation* se ha confeccionado la capa "Paseos literarios" para la aplicación *Layar*, que permite acceder a los textos en formato *html* y *mp3* en cada uno de los hitos de los distintos itinerarios sin necesidad de ningún otro elemento que un dispositivo móvil. De esta manera el usuario obtiene una experiencia más personal, sin necesidad de someterse siquiera a itinerarios prediseñados; y sin ningún coste para la Biblioteca.

Con modelos tecnológicos como éste nuestras ciudades podrán avanzar sin apenas inversión en su promoción cultural y turística.



¿QUÉ SIGNIFICA?

AGENDA DIGITAL ESPAÑOLA (AED)

La Agenda Digital Española es el documento que define las líneas generales de la estrategia del Gobierno en materia de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) para los próximos años con el objetivo de conseguir un mayor desarrollo económico y social.

Actualmente, el Gobierno está trabajando en el desarrollo de esta nueva Agenda Digital para España (<https://agendadigital.gob.es>) que establecerá la hoja de ruta en materia TIC para converger con los objetivos de la Agenda Digital Europea. Tras un borrador de la Agenda sometido a consulta pública, se estima la aprobación del texto definitivo en los primeros meses de 2013.

FREEMIUM

Freemium es un modelo de negocio, utilizado en muchos de los servicios y aplicaciones web de hoy en día, que funciona ofreciendo servicios básicos gratuitos, mientras que se cobra por otros más avanzados o especiales. A través del servicio gratuito lo que se pretende es adquirir muchos clientes gracias al boca a boca, a través de recomendaciones o mediante el posicionamiento en buscadores. Algunos ejemplos de este modelo de negocio son Dropbox, el conocido servicio de almacenamiento en la nube, o el servicio de música bajo suscripción de Spotify.

SoLoMo

El término "SoLoMo" hace referencia a una tendencia de Marketing Digital en la que se integran estrategias de marketing en redes sociales con servicios móviles y de geolocalización. En realidad "SoLoMo" es la combinación de tres palabras anglosajonas: Social, Location y Mobile, y resulta a partir de un aplicación de smartphone, que combina redes sociales e información de situación geográfica, este último aspecto es de gran importancia para los negocios basados en una sede física. A modo de ejemplo, algunas aplicaciones SoLoMo serían FourSquare o el servicio de localización de Facebook.

MARKETING SEO/SEM

En el contexto de la publicidad en internet, principalmente existen 2 métodos para el aumento de la visibilidad de una página web en los resultados de los motores de búsqueda. Por un lado, el Marketing SEM (Search Engine Marketing) consiste en utilizar enlaces patrocinados (anuncios de pago por clic), situados en la parte superior y derecha de la página de resultados. Los resultados se muestran ordenados según un sistema de pujas, por el cual los anunciantes que más pagan son los resultados patrocinados que más veces salen al realizar una búsqueda concreta. Por otro lado, el SEO (Search Engine Optimization) es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los diferentes buscadores de manera orgánica, es decir sin pagarle dinero al buscador para tener acceso a una posición destacada en los resultados, sino mejorando la programación y contenidos de la propia página web, así como el número de referencias a ella desde otras páginas.

STARTUP

Una StartUp es una pequeña o mediana empresa emergente de base tecnológica, generalmente asociada a la innovación, al desarrollo web y a los servicios TIC. Se trata de empresas de capital-riesgo, es decir, una startup por lo general comienza como una idea de negocio creativo, y a pesar de su corta trayectoria y a la falta de recursos o financiación con que cuentan, se distinguen por su perfil de riesgo/recompensa y sus grandes posibilidades de crecimiento basadas en la innovación que aportan.

¿Qué necesitamos?

1. UN ORDENADOR CON CONEXIÓN A INTERNET

CÓMO TENER UN CURRÍCULUM VITAE PÚBLICO EN LINKEDIN

Hasta hace poco tiempo, cuando pensábamos en repartir el curriculum vitae, sólo contemplábamos la opción clásica del papel o el envío del documento electrónico mediante email. Sin embargo, hoy en día, con el mayor uso de internet y las herramientas web 2.0, se hace imprescindible tener presencia en redes sociales profesionales, y en este sentido, crear un perfil en LinkedIn y trabajar nuestra propia red de contactos es una actividad más a tener en cuenta en el proceso de búsqueda de trabajo.

Mientras que en un CV tradicional, los datos son concisos y estáticos, un perfil en LinkedIn nos va a permitir dar mucha más información de nuestras cualidades y capacidades profesionales. Además de esto, un perfil online siempre presentará información actualizada (algo imposible de conseguir con el CV en papel) y nos permitirá interactuar con aquellas empresas o contactos que sean de nuestro interés a nivel profesional. Veamos cómo conseguirlo.

PASO 1: Accedemos a la LinkedIn

PASO 2: Configurar la información del CV público

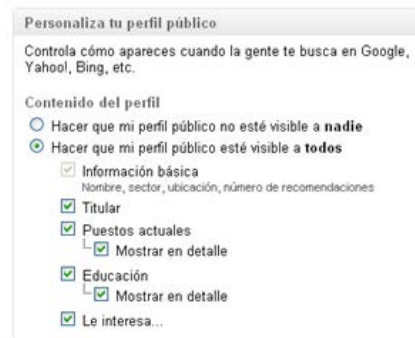
1. Accede a LinkedIn <http://es.linkedin.com>

4. A continuación, seleccionamos la opción para que nuestro perfil sea público a todos y personalizamos qué datos queremos que se muestren en nuestro CV público cuando alguien haga una búsqueda en internet.

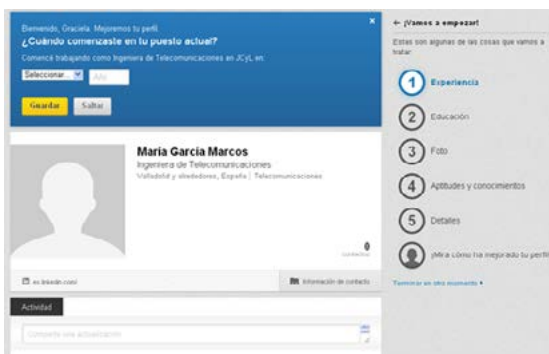


2. Si no tienes un perfil creado, deberás abrir una cuenta y editar todos los datos personales y profesionales necesarios para elaborar tu CV

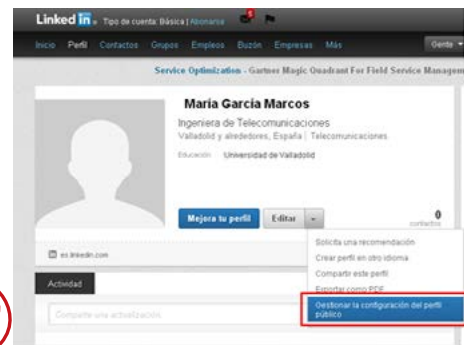
4



2



3



3. Desde la página de tu perfil pincha en el botón "Editar" -> Gestionar la Configuración del Perfil Público

PASO 3: Lectura y aceptación de las condiciones de uso de la aplicación

5

5. Cuando hayas terminado, pulsa sobre 'guardar' para que los cambios que has realizado se hagan efectivos.

8

Si te encuentras buscando empleo, esta URL podrás copiarla y pegarla el CV que luego imprimas en papel, para que la empresa que reciba tu CV, pueda acceder directamente a tu Perfil LinkedIn desde el enlace generado en tu CV. También es recomendable pegar dicho enlace en tu firma de correo electrónico, de manera que todo aquel que reciba uno de tus emails, pueda acceder directamente a tu Perfil. Es una buena forma de diferenciarte y de ser recordado, algo fundamental cuando se busca trabajo y hay mucha competencia en la profesión.

6



6. Una vez hemos configurado la información de nuestro CV público, recomendamos personalizar la dirección URL de acceso a éste. Por defecto, LinkedIn generará una URL para tu CV muy larga y poco amigable, puedes cambiarla haciendo clic en 'Personaliza la dirección URL'.

7

7. Una buena práctica a seguir es utilizar nuestro nombre y apellidos para crear la URL que enlazará a nuestro CV. Una vez hecho, clic sobre 'Establecer URL personalizada'.



Vídeo



<http://internet-y-ordenadores.practicopedialainformacion.com/redes-sociales/como-tener-un-curriculum-vitae-publico-en-linkedin-12753>

PROGRAMACIÓN HERRAMIENTAS EN LA RED

TWORLDY,
UN MAPA DEL MUNDO
PARA CONOCER
LAS TENDENCIAS DE
TWITTER POR PAÍS Y
CIUDAD

WEB



Esta herramienta nos permite conocer lo que es tendencia en Twitter en diferentes ciudades y países del mundo. Sólo tenemos que hacer clic sobre cualquiera de los iconos de Twitter que se reparten por el mapa, y se nos desplegará un listado con "Trending Topics" de Twitter que se corresponden con el punto geográfico elegido.

<http://tworly.com/>

EDMODO,
PLATAFORMA PARA
LA COMUNICACIÓN
ENTRE PROFESORES Y
ALUMNOS

WEB



Edmodo es una plataforma de comunicación para profesores y alumnos, que permite crear grupos de discusión en función de las clases o asignaturas impartidas. Asimismo, para cada grupo pueden publicarse encuestas, adjuntar ficheros, publicar notas, enviar alertas, responder mensajes, anunciar eventos, etc.

www.edmodo.com

INKY,
CLIENTE DE CORREO
GRATUITO QUE SE
SINCRONIZA DESDE LA
NUBE

WEB



Generalmente, solemos tener diversas cuentas de correo en distintos servicios web (gmail, hotmail, yahoo...), lo que nos hace tener que visitar múltiples páginas y perder tiempo a la hora de comprobar nuestro correo. Inky, es un interesante cliente de correo que nos organiza nuestras cuentas y nos permite revisar todos nuestros emails desde un único lugar, pero la característica que lo diferencia es que se sincroniza con la nube, lo que nos permitirá volver a disponer de todos nuestros correos correctamente configurados en cualquier momento, después de un formateo, en otro sistema operativo o en otro equipo.

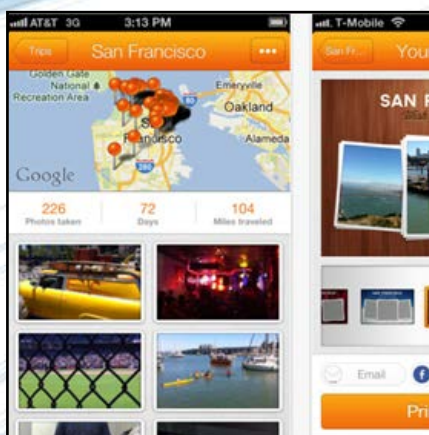
<http://inky.com>

MITAS

TREVI
IOS 4.0, O SUPERIOR

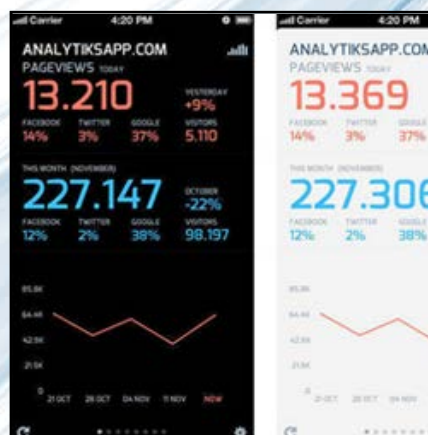
ANALYTIKS
IOS 5.0, O SUPERIOR

APP MÓVILES



Con Trevi tendremos organizadas todas nuestras fotografías según la localización en la que han sido tomadas. Tiene diferentes vistas como el modo mapa, donde podremos ver nuestras fotografías situadas en las distintas ciudades, por carpetas o por línea temporal

APP MÓVILES



Aplicación útil para ver las estadísticas de tus webs y redes sociales, presentadas de un modo eficiente y Fácil en cualquier momento.

¿QUÉ HA PASADO?

JORNADA SOBRE REDES SOCIALES EN LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

30 DE NOVIEMBRE DE 2012



En el marco del proyecto Red Transdigital, la Junta de Castilla y León organizó una jornada sobre Redes Sociales en las Administraciones Públicas. La Jornada pretendía responder a las siguientes preguntas: ¿Qué pasos debe seguir una Administración en las redes sociales? ¿Qué hay que tener en cuenta? ¿Para qué las podemos utilizar los empleados públicos?

Asimismo, se presentó la *Guía de Usos y Estilos de RRSS en la JCYL* y la *Guía práctica para el uso de las redes sociales en los Ayuntamientos*

NACE 'ETENDAS', MERCADO ONLINE DE LA MARCA TIERRA DE SABOR

OCTUBRE DE 2012



Nace 'eTendas', www.etendas.com, un mercado online que agrupa a productores agroalimentarios acogidos a la marca 'Tierra de Sabor' en Castilla y León a través del que los consumidores podrán adquirir distintos artículos y recibirán sus productos de forma agrupada, en un sólo pedido y en un plazo de entrega máximo de 24 horas. Hasta ahora más de 30 productores de Tierra de Sabor se han acogido ya a esta iniciativa que pretende agrupar a los más de 700 marcas que forman parte de este marchio de calidad.

ASADO?

REAPERTURA DEL ESPACIO CYL DIGITAL DE SALAMANCA

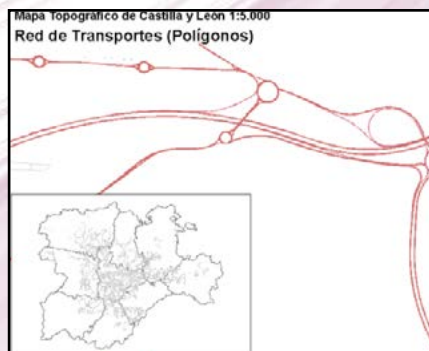
5 DE OCTUBRE DE 2012



El Espacio Cyl Digital de Salamanca reabrió sus puertas, orientando su actividad a la Formación e Información en empleo, autoempleo y gestión de empresas, y dirigiendo sus actuaciones a desempleados, empresas y ciudadanos en general, en colaboración con el ECYL, los Ayuntamientos y las asociaciones. Se une así, a los centros de Zamora, Palencia, Soria, León, Valladolid, Ávila y Burgos, que ya lo han hecho progresivamente desde junio pasado.

CASTILLA Y LEÓN MEJORA SU PORTAL CARTOGRÁFICO CON MÁS INFORMACIÓN Y NUEVAS FUNCIONALIDADES

NOVIEMBRE DE 2012



Desde que la Junta de Castilla y León aprobara el Decreto por el que se liberaliza su cartografía e información geográfica para facilitar su uso generalizado por los ciudadanos, esta información geográfica está disponible a través de internet para su descarga, para ser usada de forma libre y gratuita, incluso para uso comercial. Ahora, el portal cartográfico de la Comunidad añade nuevas capas de información y funcionalidades en www.cartografia.jcyl.es

VALLADOLID ENCABEZA EL RANKING NACIONAL EN SERVICIOS PÚBLICOS OFERTADOS ONLINE

OCTUBRE DE 2012



Valladolid encabeza el ranking nacional en servicios públicos ofertados online, según señala el último estudio comparativo elaborado por la Fundación Orange. El Informe compara 40 ayuntamientos de todo el país, con un público objetivo de casi el 30 por ciento de la población. Como conclusión principal del Estudio destaca que los resultados alcanzados son "razonablemente buenos" al lograr las entidades locales una disponibilidad media del 69 por ciento de los recursos analizados.

www.valladolid.gob.es

Y EN EUROPA

PRIMER PASO ALCANZADO PARA LA CREACIÓN DE UN MERCADO ÚNICO DIGITAL DE LA COMPUTACIÓN EN NUBE



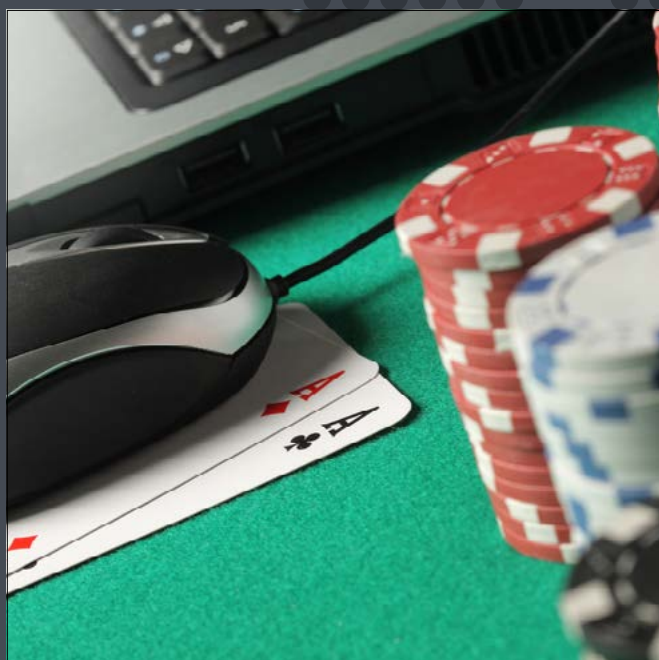
El Comité de Dirección de la nueva Asociación Europea de Computación en Nube (AECN), que reúne a representantes de alto nivel de la industria y a responsables de las administraciones con competencias en el ámbito de la contratación de tecnologías de la información ha celebrado su primera reunión en Bruselas. La Asociación se propone utilizar la gran capacidad compradora del sector público para dar forma al mercado de los servicios en nube, un mercado en proceso de expansión y maduración. Así, en la primera reunión se han negociado y fijado los objetivos para 2013-2014. Como aspecto más importante, el Comité se esforzará en promover la concienciación del público ante este tema y proponer soluciones prácticas para eliminar los obstáculos que entorpecen la adopción de la computación en nube y disipar otros imaginarios.

120 MHz MÁS EN EL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO EUROPEO PARA LAS TECNOLOGÍAS DE CUARTA GENERACIÓN (4G)



La Comisión Europea ha publicado **una decisión para añadir 120 MHz al espectro radioeléctrico para las tecnologías de cuarta generación (4G) en torno a la banda de 2 GHz**. En la actualidad, dicha banda se utiliza exclusivamente para las comunicaciones inalámbricas con arreglo al UTMS (Sistema Universal de Telecomunicaciones Móviles), las denominadas redes 3G. Por tanto, todos los Estados miembros tendrán que abrir el espectro antes del 30 de junio de 2014. **La Decisión aplica la liberalización armonizada de la banda de 2 GHz (1920-1980 MHz emparejada con 2110-2170 MHz)** en todos los Estados miembros, para que en el futuro su utilización no dé lugar a una fragmentación del mercado interior.

NUEVO PLAN DE ACCIÓN DE LA COMISIÓN EN LO QUE RESPECTA AL JUEGO ON LINE



La Comisión Europea ha presentado un **plan de acción** que consta de una serie de iniciativas para los dos próximos años con el objetivo de clarificar la regulación del juego on line y de fomentar la cooperación entre los Estados miembros.

El plan incluye la protección de los menores y otros grupos vulnerables. La Comisión fomenta la creación de mejores herramientas de comprobación de la edad, así como los filtros de los contenidos en on line, publicidad más responsable y por un mayor conocimiento parental de los peligros que entraña el juego. Otro objetivo importante es prevenir y disuadir del fraude y el blanqueo de dinero. **Debido al carácter transfronterizo del juego on line, los Estados miembros no pueden aplicar eficazmente los mecanismos de lucha contra el fraude.**

REFORMAR LA NORMATIVA SOBRE LOS EQUIPOS RADIOELÉCTRICOS PARA EVITAR LAS INTERFERENCIAS



La Comisión Europea ha **propuesto actualizar la normativa sobre los equipos radioeléctricos** para asegurar que todas las agentes del mercado cumplen las normas destinadas a evitar las interferencias. También propone aclarar y simplificar la Directiva para facilitar su aplicación, eliminar las cargas innecesarias y reforzar la confianza en el marco jurídico de todas las partes interesadas.

El número de aparatos móviles y aplicaciones de carácter inalámbrico ha crecido enormemente estos últimos años y sigue presentando un potencial enorme de innovación y expansión. La Comisión realiza esta propuesta para permitir que el sector siga expandiéndose, y considera que es necesario evitar estas interferencias y garantizar una utilización más eficiente del espectro radioeléctrico.

AYUDAS Y CONVOCATORIAS

INNOVACIENCIA. CERTAMEN DE IDEAS Y PROYECTOS INNOVADORES

INNOVACIENCIA es un certamen de ideas y proyectos innovadores dirigido a jóvenes estudiantes de 16 a 26 años organizado por el Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC) y la Fundación Española para la Ciencia y la Tecnología (FECYT). Las ideas y proyectos presentados deben ser originales y pueden referirse a cualquier área científico-técnica desde la perspectiva que se estime más conveniente (proyecto científico-innovador, idea de negocio, diseño de nuevos procesos y productos, etc.).

FECHA LÍMITE: 22 DE MARZO DE 2013

Ver más información

PLATAFORMA I+COM:

El Centro de Innovación Comercial i3com presenta la Plataforma i+com, una nueva solución que ayudará a que el comercio independiente pueda seguir innovando y reinventando sus negocios.

En este momento se está preparando un proyecto piloto que permita evaluar la funcionalidad y operatividad de la plataforma, así como la acogida que pueda tener entre los clientes y comerciantes.

El proyecto piloto se iniciará con la instalación de la aplicación i+com en 50 TIENDAS de Burgos de manera GRATUITA, a las que se les proporcionará formación y un seguimiento individualizado, para lo cual, se contará con la colaboración de la Federación de Empresarios de Comercio de Burgos.

Quieres participar

AGENDA

15 de Febrero de 2013

Taller de Design Thinking. Innovación en modelos de negocio para emprendedores y PYMES

Organiza: Madrid Innova. Más info:
<http://www.madridtecnologia.es/emp/cursos/1071>

MADRID

20 y 21 de Febrero de 2013

III Congreso Nacional de Interoperabilidad y Seguridad -CNIS 2013

Organiza: Club de Innovación.
Más info:
<http://www.cnis.es/newslettercnis8.html>

MADRID

Del 25 a 28 de Febrero de 2013

GSMA: Congreso Mundial de Móviles 2013

Organiza: GSMA Más info:
<http://www.gsma.com/events/>

BARCELONA

7 de marzo de 2013

TIC en Educación: Optimización de Recursos y Ahorro de Costes en Universidades"

MADRID

Organiza: SocInfo. Más info:
<http://www.socinfo.es/seminarios/2751-tic-en-educacion-ix>

12 de Marzo de 2013

Directrices del uso seguro del Cloud

MADRID

Organiza: Madrid Innova. Más info:
<http://www.madridtecnologia.es/emp/cursos/1051>

Del 24 a 25 de abril de 2013

Expo E-commerce España

MADRID

Organiza: Eventos OME, SL. Más info:
http://www.easyfairs.com/es/events_216/expo-e-commerce2013_31411/

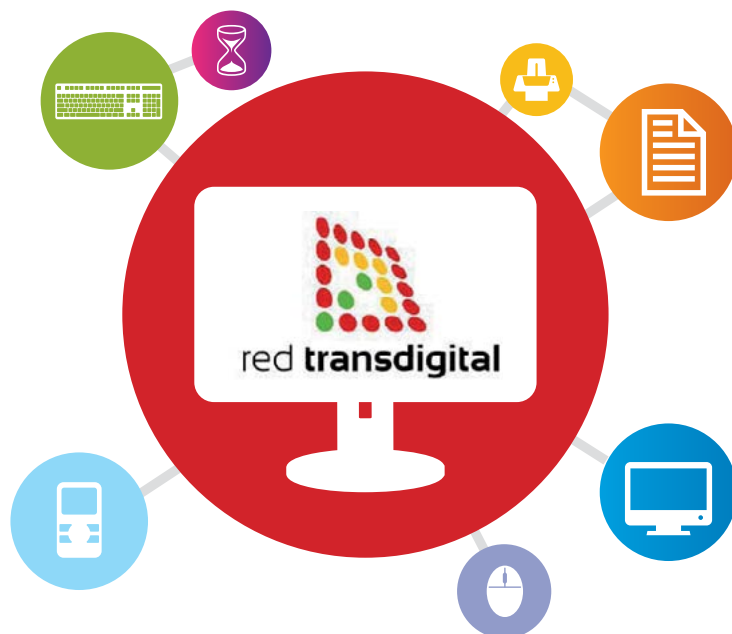
IMPORT

Red Rural Digital Transfronteriza



Para informarte sobre los cursos y actividades disponibles, puedes contactar con:

redtransdigital@jcyl.es
Teléfono de contacto 012



Red Transdigital. Acércate a tu Administración por Internet

¿Qué ofrece Red Transdigital?

Formación a ciudadanos y empleados públicos en Administración Electrónica.

Desarrollo de servicios online avanzados para administraciones locales.

Asesoramiento a Ayuntamientos para el despliegue de servicios electrónicos.

Únete al proyecto Red Transdigital: La Unión Europea cofinancia el proyecto Red Transdigital para el desarrollo de las TIC en Administraciones locales españolas y portuguesas, para incrementar y mejorar los servicios públicos digitales a través de la Administración Electrónica en las zonas rurales.

Red Transdigital pertenece al Programa Operativo de Cooperación Transfronteriza España-Portugal (POCTEP) 2007-2013. Más información: www.redtransdigital.eu