



ELKARTEKINTZA SAREAN 2.0

Hirugarren Sektoreko Elkarteei Zuzendutako Prestakuntza

**Formación
para Entidades
del Tercer Sector**



Zerbait mugitu da

Orain arte inoiz ez da hain merkea eta erraza izan beste pertsona eta erakunde batzuekin harremanetan jartzea, edukiak sortzea, prozesuak eta emaitzak partekatzea, intuizioak erkatzea eta abar. Gizarte-sareek eta bestelako 2.0 tresnek topaketarako eta lankidetzarako oztopo (batzuk) hautsi dituzte, eta, gainera, informazioaren zentralizazioa gainditu dute eta Internetarako sarbidea dugunok edukia sortu ahal izateko sare bat egin dute.

Hirugarren sektorea badakite beren helburuak oso garrantzitsuak eta konplexuak direla, eta pertsonen, erakundeen, arduradun teknikoek eta politikoen arteko sareak eratzearen aldeko apustua egin dute pertsonen eta auzoen premiei modu eraginkorrean erantzuteko eta gizarteko-hesiora eta gizarte-eraldaketara bideratutako aldaketa handiagoak lortzeko.

Elkartekintza

Elkartekintza sarean 2.0, Industria, Berrikuntza, Merkataritza eta Turismo Sailak eta Enplegu eta Gizarte Gaietako Sailak, Euskadi Informazio Gizartearen Planaren barruan, sustatutako ekimena da, KZgunea telezentro sarearen laguntzarekin.

IKTak erabiliz Euskadin eta irabazi-asmorik gabeko esferan lankidetzak eta sareak dinamizatzen ari diren esperientzia batzuk bildu ditugu azken hilabete hauetan. Horri buruzko informazio guztia blog honetan daukazu: elkartekintzasarean.wordpress.com

Esperientziak biltzen jarraituko dugu zuekin partekatzeko. Zuen esperientzia kontatu nahi baduzue, atsegin handiz egingo diogu lekua proiektuan.

Prestakuntza-proposamena

Lan horretatik abiatuta, prestakuntza-proposamen bat diseinatu dugu. Funtsean online ikastaroa da, gure jarduerari buruzko gogoeta egiteko eta testuinguru desberdin batean jarduera horri buruz gehiago ikasteko Internetek eskaintzen dizkigun aukera, kolaborazio-tresna eta gizarte-sareei esker.

Prestakuntza hori ez dago bereziki diseinatuak tresnak ikasteko, nahiz eta ezagutu eta erabiliko ditugun tresna horiek. Ez da aurretiazko prestakuntzarik behar. Metodologia parte-hartzailea eta hiru eremutan diseinatuak -presentziakoak, online, eta tutoretzapeko proiektuak-.

Algo se ha movido

Nunca fue tan barato y sencillo conectar con otras personas y organizaciones, construir contenidos, compartir procesos y resultados, contrastar intuiciones... Las redes sociales y otras herramientas 2.0 rompen con (algunas de) las barreras para el encuentro y la colaboración y además acaban con la centralización de la información para dibujar una red donde cada una de las personas con acceso a Internet podemos generar contenido.

El tercer sector, es consciente de la dimensión y complejidad de sus objetivos y apuesta por tejer redes entre personas, entidades, responsables técnicos y políticos para responder de manera eficiente a las necesidades de personas y barrios y para lograr cambios de mayor calado que apunten a cohesión y transformación social.

Elkartekintza

Elkartekintza sarean 2.0 es un proyecto de impulso de la Sociedad de la Información. Una iniciativa impulsada desde los Departamentos de Industria, Innovación, Comercio y Turismo y de Empleo y Asuntos Sociales, dentro del Plan Euskadi Sociedad de la Información, con la colaboración de la red de telecentros KZgunea.

A lo largo de los últimos meses hemos recopilado algunas experiencias que en Euskadi y desde la esfera sin ánimo de lucro están dinamizando colaboración y red, utilizando TIC. Tenéis toda la información en este blog: elkartekintzasarean.wordpress.com

Continuamos recogiendo experiencias para compartirlas. Si queréis contar la vuestra estaremos encantados de darle un espacio en el proyecto.

Propuesta formativa

Partiendo de este trabajo hemos diseñado un curso esencialmente online para reflexionar y aprender más sobre nuestra actividad en un contexto diferente por las posibilidades que nos ofrece Internet, las herramientas colaborativas y las redes sociales.

No es una formación especialmente diseñada para aprender herramientas aunque las conoceremos y manejaremos. No es necesaria una formación previa. Una metodología participativa y diseñada con tres espacios diferenciados -presencial, online y proyectos tutorizados-.

INTRODUCCIÓN

Ana Isabel Vitórica y Txomin Alkorta

Plan Estratégico Agenda Digital de Euskadi 2015

Gobierno Vasco

El Calendario de Planes del Gobierno vasco en la IX legislatura preveía un nuevo Plan Euskadi en la Sociedad de la Información 2015, que se denomina Agenda Digital 2015, con la finalidad de *“Impulsar la Sociedad de la Información para que Euskadi se convierta en una sociedad del conocimiento, una sociedad cohesionada que fomente un crecimiento sostenible, con la participación de la ciudadanía en la toma de decisiones para la mejora de la calidad de vida individual y colectiva”*.

El Tercer Sector, todos los sectores sin excluir a las Administraciones Públicas, nos enfrentamos al dilema de acompañar una austeridad defensiva, acertar en las prioridades que hay que cubrir, anticipando las soluciones a la deriva de los problemas, y mantenernos en una dinámica de innovación que nos permita aprovechar las oportunidades que los avances tecnológicos nos brindan.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación continúan ofreciéndonos caminos inesperados, lugares para construir en lo social, servicios que motivan al usuario a tomar un papel activo, herramientas de carácter colaborativo que transforman la manera de interactuar, convirtiéndonos en creadores de contenidos digitales.

Esa apropiación de las capacidades tecnológicas pasa por una capacitación avanzada a nivel digital de las personas, para poder utilizar de manera habitual y aprovechar al máximo las ventajas de las nuevas utilidades que pueden repercutir de manera muy favorable en la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía en general.

A través de Elkartekintza Sarean en su edición de 2012 queremos desde el Gobierno vasco poner en la *“agenda”* de las entidades del tercer sector la formación para el espacio digital, que adopta formas de innovación social cuando éstas se lo apropian.

FORMACIÓN PARA ENTIDADES DEL TERCER SECTOR

05 **PRÓLOGO**
Asier Gallastegi

09 **MÓDULO 1**
ORGANIZACIONES ABIERTAS
David Sánchez Bote

39 **MÓDULO 2**
SOFTWARE Y LICENCIAS LIBRES
Dani Gutiérrez Porset

53 **MÓDULO 3**
URBANIDAD Y CIUDADANÍA DIGITAL
Lorena Fernández

82 **MÓDULO 4**
GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN
Javier Leiva Aguilera

115 **MÓDULO 5**
TIC Y DISCAPACIDAD
Maria Puy Arrastia Lana

133 **MÓDULO 6**
INTERVENCIÓN SOCIAL
Carlos Arguilea, Jon Etxeberria

149 **MÓDULO 7**
DESARROLLO COMUNITARIO
Ainara Pérez



ELKARTEKINTZA SAREAN 2.0

Hirugarren Sektoreko Elkarteei Zuzendutako Prestakuntza

Formación para Entidades del Tercer Sector

PRÓLOGO



Autor Asier Gallastegi
www.korapilatzen.com

Prólogo

Esta publicación recoge los materiales con los que decenas de personas de la iniciativa social en Euskadi estamos sumergiéndonos en el mundo de posibilidades de la web 2.0. Una propuesta que habla de herramientas pero sobre todo habla de horizontes, valores y procesos.

Hemos querido compartir estos textos aún a sabiendas que en este mundo las herramientas evolucionan todos los días. Habrá información que ya haya quedado desfasada. Creemos que los aspectos más importantes, los que apuntan a los fondos, van a envejecer perfectamente.

Encontraréis artículos sobre Organizaciones Abiertas, Software y Licencias Libres, Urbanidad y Ciudadanía Digital, Gestión de la Información, TIC y Discapacidad, Intervención social y Desarrollo Comunitario.

Firman estos textos David Sánchez Bote, Dani Gutiérrez Porset, Lorena Fernández, Javier Leiva Aguilera, Maria Puy Arrastia Lana, Carlos Arguilea, Jon Etxeberria y Ainara Pérez.

Coordina este espacio Asier Gallastegi, apoya Fundación EDE y con la complicidad del Gobierno Vasco y KZgunea, deseosos de mejorar la innovación en el sector a través de potenciar las capacidades digitales de sus profesionales.

Introduce cada texto de cada módulo el post que de manera resumida compartía en abierto algunos aprendizajes del primer grupo de formación desarrollado a lo largo del año 2011.

*Es un material compartido bajo licencia **Creative Commons Reconocimiento - CompartirIgual (by-sa)**: Se permite el uso comercial de la obra y de las posibles obras derivadas, la distribución de las cuales se debe hacer con una licencia igual a la que regula la obra original.*

Orígenes

Este viaje comenzó en 2010. Hacia Junio de ese año reunimos a una docena de personas del tercer sector. El objetivo era escuchar algunas experiencias de presencia en redes sociales y uso de las TICs desde la iniciativa sin ánimo de lucro que no habían parecido interesantes y pensar juntos/as algunos escenarios posibles para el refuerzo de estas estrategias de comunicación y colaboración.

Personas + organizaciones + comunidad + red

Pensamos que una estrategia 2.0 desde el Tercer Sector debe de tener en cuenta estos cuatro agentes:

- 1. **Personas.** Creemos que las redes sociales y la interacción que provocan son una herramienta válida para el trabajo educativo con diferentes colectivos. Nuestra propuesta sigue siendo estar ahí dónde están las personas y las organizaciones. Las redes sociales son la nueva plaza pública sin olvidarnos de nuestros barrios "analógicos".*
- 2. **Organizaciones.** Las TICs y herramientas colaborativas son una oportunidad para el trabajo en red y la innovación abierta. Provocando otra manera de comunicarnos dentro de las organizaciones; enredados en la colaboración y la innovación. Conectar proyectos, proyectos nuevos. Recuperar el valor y el sentido de la colaboración.*
- 3. **La comunidad.** Tenemos olvidado lo local, el territorio, el lugar dónde está todo el potencial... La tecnología tiene fuerza para canalizar la creatividad, empoderarnos y seguir construyendo comunidad. Además una línea de trabajo de nuestras organizaciones está en la comunicación "social", la denuncia, trasladar información sobre la realidad de las personas más desfavorecidas que no suena por otros medios...*
- 4. **La red.** La apuesta por construir junto a otros/as parece previa al uso de las herramientas. También valoramos que las oportunidades, en este caso las que ofrece la web colaborativa, a veces nos ayudan a conocer caminos que no conocíamos. Cuestión de seguir tejiendo.*

Las TICs y la web 2.0 como oportunidad. Estrategias

Abordamos algunas ideas que pudieran servir para promover un movimiento que acerque, de manera crítica, rescatando valores propios y siendo respetuosos con los "paraqués", a las entidades del Tercer Sector a estas herramientas con potencial de cambio en la comunicación dentro y fuera.

Partíamos de un esbozo de propuesta formativa y desde ahí fuimos construyendo algo más matizado. También con cinco claves o ideas fuerza:

- 1. **Sensibilización.** Debatíamos cómo convencer a las personas de las organizaciones para dar este paso, requiere un cambio de mentalidad, "que les entre por los ojos". Estamos escaldados de convencer a otros, valorábamos lo importante de conectar con gente conectada. Por compartir no perdemos valor, lo ganamos.*
- 2. **Liebres.** A veces somos antiguos/as bloggers que ya no saben qué hacer con su blog. Estamos en FB, Twitter y lanzamos nuestras inquietudes en lo laboral, voluntario... Sería importante captar nuevas ideas para poder venderlo dentro de las organizaciones. Ejemplos o pequeñas iniciativas ayudan a comenzar desde algo concreto.*
- 3. **Acompañamiento.** Hablábamos de algo parecido a un coaching tecnológico. Trabajar desde un modelo de acompañamiento. Facilitar que cada organización busque su paraqué... Creíamos importante mantener encuentros para hablar de los paraqué y los fondos, formas y formatos. Para construir redes, para hablar sobre la comunicación, juicios para armar discursos, compartir estrategias...*

4. **Las herramientas.** Te acercas y entonces todo se aleja, estas propuestas varían y evolucionan sin parar. Hablamos continuamente de Software Libre y su función "palanca". Compartimos también la importancia de los códigos y las arquitecturas informáticas al servicio; gestor de contenidos... También pensábamos que a menudo la dificultad a salvar es la que tiene que ver con el desconocimiento.

5. **Proyectos pilotos.** Tras una formación provocar pequeños proyectos en diferentes organizaciones dinamizados por las personas formadas que estarían acompañadas por tutoras y reforzadas por encuentros online y offline, materiales de trabajo... Reforzaríamos conocimientos con esto de "aprender enseñando" y buscaríamos que los valores y utilidad impregnasen organizaciones.

Y éstas han sido las claves que están detrás del proyecto Elkartekintza, reforzamos la idea de incidir en la conversación. Abrir el horizonte al cambio individual, equipos, organización... Reflexionar sobre la transparencia en nuestras entidades. Profundizar y escribir sobre el paraqué. Desde lo institucional es importante ser más proclive a generar estos espacios. Necesitamos equilibrio entre las herramientas y los contenidos. Esta manera de estar e interactuar en la red es una nueva voz, sobre todo una nueva OREJA. Pensamos que tiene mucho que ver con desaprender...

Gracias a todas las personas que estáis siendo parte de este viaje.
Buen provecho



ELKARTEKINTZA SAREAN 2.0

Hirugarren Sektoreko Elkarteei Zuzendutako Prestakuntza

**Formación
para Entidades
del Tercer Sector**

MÓDULO 1
ORGANIZACIONES ABIERTAS



Autor David Sánchez Bote
Proyecto Elkartekintza
Licencia CC BY-SA
Fecha 21/02/2011 - 28/02/2011



Presentación MÓDULO 1

¿Abrimos nuestras organizaciones?

David Sánchez Bote nos ayuda a asomarnos al trabajo que están realizando más de 30 personas del tercer sector en Bizkaia dentro de la propuesta formativa Elkartekintza. En el primer módulo del curso hemos debatido la posibilidad de abrir nuestras organizaciones. Para ello, hemos repasado [qué es una organización abierta](#) en primer lugar para posteriormente [analizar sus componentes principales](#).



Una vez expuestos los conceptos fundamentales hemos tenido una ronda rápida de debate sobre algunos de ellos. Principalmente hemos conversado sobre transparencia, identidad de dominio público, inteligencia colectiva, prosumers, motivación intrínseca y la pasión. Se nos han quedado cosas en el tintero, tanto a [Asier](#) como a mí nos hubiera gustado trabajar el tema de la colaboración y de la conexión como fuente no solo para sumar fuerzas complementarias sino como vía de introducir diversidad a las iniciativas del tercer sector.

Curiosamente la conversación sobre la transparencia derivó en una reflexión sobre la vulnerabilidad, y es que no estamos acostumbrados a mostrarnos vulnerables lo que dificulta mucho nuestra capacidad de compartir con los demás nuestros contenidos y actividad. De nuestra capacidad de compartir e intercambiar se deriva la posible utilización de la inteligencia colectiva. Todos hemos destacado las enormes posibilidades de conectar con la sociedad y aprender de ella múltiples cosas que no están presentes en nuestra organización. Sin embargo, nos cuesta visualizar esta oportunidad en acciones concretas que pudiéramos poner en marcha. Seguramente esto nos ha llevado a no saber tampoco cómo introducir la figura del prosumer en el desarrollo de nuestros programas, servicios y productos.

Para "entrenarnos" en el concepto inteligencia colectiva nos hemos puesto un ejercicio que ha consistido en desarrollar una acción en este ámbito. En todo caso, una conclusión que hemos obtenido es que debemos ser más flexibles en nuestros planteamientos, sin empeñarnos en seguir el camino preestablecido por nuestra propia inercia ya

que las nuevas tecnologías de la información nos incorporan voces exteriores con las que antes no contábamos. ¿Cómo diseñamos nuestros programas? ¿Existe en esa metodología un espacio asignado al conocimiento e información de estos agentes externos? Espero que este módulo ayude a contestar y a avanzar en torno a estas preguntas y otras similares.

Otro eje de debate ha sido la motivación, más concretamente la motivación intrínseca. Todos hemos estado de acuerdo en que sólo cuando viene de dentro, la motivación es sostenible y realmente influyente en la actitud proactiva de la persona. También hemos hablado de la cara oculta de la motivación, la tentación de exprimir a los integrantes de una organización enganchándolas desde un punto de vista emocional.

No obstante y, en un tono más optimista, hemos identificado algunos aspectos que facilitan a una organización crear un contexto donde la motivación intrínseca pueda emerger: reconocimiento de la persona y sus tareas, dar sentido a su labor haciéndole ver que son importantes y tienen una utilidad, haciéndoles participes de las decisiones más allá de sus ámbitos de trabajo, impulsar el sentido de pertenencia y el de identidad organizacional y finalmente la pasión por el trabajo que uno realiza. Sobre este último elemento ha habido también intercambio de opiniones abundantes en el foro del módulo. Seguramente todos estábamos de acuerdo en que la pasión no es algo que se pueda construir desde fuera de uno mismo, pero ha habido disparidad de opiniones sobre si el contexto del tercer sector es proclive o no a generar pasión entre sus integrantes. Lógicamente no hemos llegado a consensos, tampoco era el objetivo, pero sí tengo la sensación de que hemos colado el tema de la motivación intrínseca y la pasión en la "agenda" de muchas organizaciones.

Como ya quedo dicho, por falta de tiempo, o habilidad del moderador, ha quedado fuera de la conversación las posibilidades de colaboración entre las propias organizaciones que componen el sector. La organización abierta es una entidad hiperconectada, que ve posibilidades de colaboración donde otras sólo ven amenazantes competidores. No obstante, la colaboración no es por defecto una habilidad, la tenemos que aprender y cultivar. En efecto, la actitud cooperativa requiere de confianza y reciprocidad cuestiones ambas que mucho tienen que ver con la reputación y, finalmente con la transparencia.

Y así cerramos el círculo, un camino que nos ha llevado a poner sobre la mesa un montón de posibilidades que ahora toca digerir poco a poco y, lo más importante, poner en marcha en nuestras organizaciones del tercer sector.

¡Suerte a todos y hasta pronto!

MÓDULO 1

ORGANIZACIONES ABIERTAS

13 Introducción

- 13 ¿Qué es la organización abierta?

14 Cambios en la sociedad

- 14 Abundancia y transparencia
- 15 Tiempo y espacio
- 17 Factor conocimiento
- 19 Capitalismo Funky
- 19 Empresa social

22 Persona como principio de todo

- 22 Individualismo en red
- 24 Pasión hacker
- 26 Autodeterminación e inmanencia
- 26 Inteligencia colectiva
- 28 Prosumers

29 Gestión de organizaciones con enfoque de red distribuida

- 29 Dimensión humana
- 30 Crecimiento por desagregación
- 31 Organización temporal de empleo
- 31 Hiperconexión y emergencia
- 33 Gobernanza

36 Consecuencia y factor de desarrollo

- 36 La web social como caballo de Troya

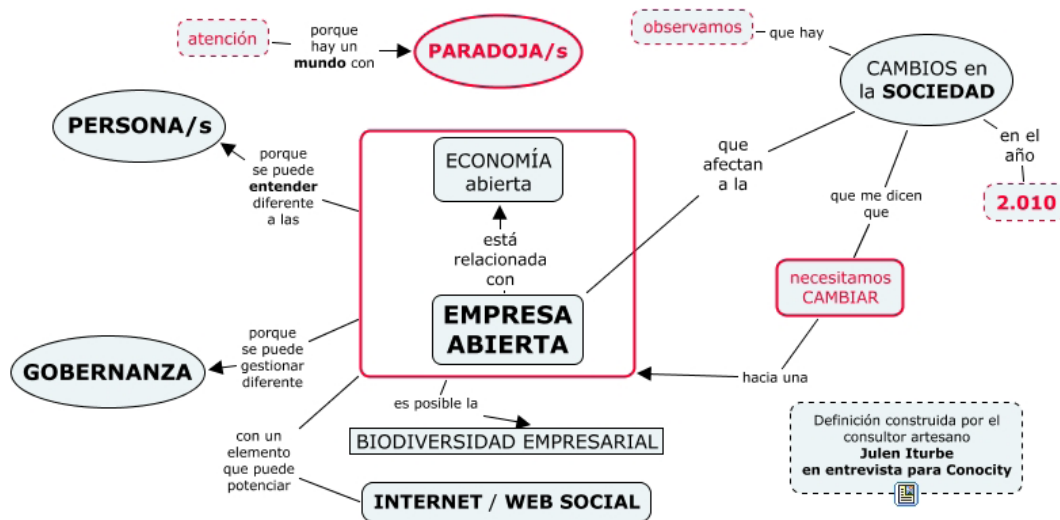
Introducción

¿Qué es la organización abierta?

En este apartado queremos responder a la pregunta qué es una organización o empresa abierta, para ello te lo explicamos con el siguiente vídeo:

http://www.youtube.com/watch?v=hruHkac6CG4&feature=player_embedded

El siguiente gráfico puede servir para comprender de una forma visual a qué llamamos organización o empresa abierta y, sobre todo, como índice de los contenidos que te vas a ir encontrando más adelante:



Durante el año 2010 hemos desarrollado una investigación sobre el terreno para comprender mejor el concepto de organización abierta. Fruto de ellas hemos escrito un libro que recoge los conceptos más importantes así como 20 casos de organizaciones que muestran prácticas que nosotros consideramos abierta. Gran parte de las cosas que vas a leer aquí proceden de ese libro. Si quieres descargarlo de forma gratuita puedes hacerlo en [esta dirección](#).

¡Comenzamos!

Cambios en la sociedad

Abundancia y transparencia

La información se ha convertido en la principal materia prima con la que las organizaciones e instituciones construyen sus productos y servicios. En este sentido, las organizaciones son competitivas en la medida en que saben transformar bien esta materia prima. Frente a la tradicional gestión de recursos escasos, asociada a la transformación de materia prima física, la información no escasea, sino todo lo contrario. Más bien se puede hablar de polución informativa o de infoxicación. Así, este nuevo mercado de información, por tanto, requiere competencias diferentes a las clásicas del trabajo con bienes físicos.

Para hacernos una idea de cómo crece exponencialmente la cantidad de información en la actualidad te invitamos a que eches un vistazo al siguiente contador (actualiza la página para que comience de nuevo a contar desde cero)

<http://www.personalizemedia.com/media/socmedcounter.swf>

¿Qué nuevas habilidades requiere este nuevo mundo informacional?

He aquí algunas de ellas:

Cumbre sobre alfabetización del siglo XXI (Berlín, 2002)

Alfabetización informativa

Capacidad de recopilar, organizar y evaluar la información y formarse opiniones válidas basadas en los resultados.

Alfabetización tecnológica

Capacidad de utilizar nuevos medios, como Internet, para acceder a la información y comunicarla eficazmente.

Creatividad mediática

Capacidad, cada vez mayor, de los ciudadanos de producir y distribuir, dondequiera que se encuentren, contenidos para audiencias de todos los tamaños.

Alfabetización global

Comprender la interdependencia entre las personas y los países y tener la capacidad de interactuar y colaborar eficazmente a través de las culturas.

Alfabetización responsable

Competencia de examinar las consecuencias sociales de los medios de comunicación desde el punto de vista de la seguridad, la privacidad y otros.

Una de las consecuencias de esta abundancia de información es que evidencia cuál es el gran recurso escaso: la atención de las personas. En tanto que esa información debe ser captada, asimilada, filtrada e interpretada en buena parte por seres humanos, éstos disponen, por su estructura fisiológica, de unas limitadas capacidades. Esta característica, sin embargo, queda matizada por la disponibilidad de herramientas para tratar con estos tremendos volúmenes de información disponible. Los buscadores, con Google como mejor ejemplo, se convierten en intermediadores: extraen la información que pedimos acudiendo a sus bases de datos y lo hacen en tiempos mínimos.

Lectura adicional: [Mis diez consejos particulares para buscar en Internet.](#)

Toda esta ola de información que las personas y las instituciones están volcando en la red está teniendo por efecto que la transparencia sea una de las características más reclamadas por la sociedad actual. La ciudadanía quiere conocer lo que está detrás de las prácticas de empresas y gobiernos. En cierta forma, la transparencia ha recibido un respaldo institucional con la llegada de Barack Obama a la presidencia de los Estados Unidos. Su apuesta por las prácticas de open government ha tenido gran repercusión y son “copiadas” en buena parte por las administraciones públicas y privadas de otros países. Se basa en los principios de transparencia, participación y colaboración. El fenómeno de Wikileaks en los últimos meses ha afianzado en la sociedad la conciencia del derecho a saber tanto en la esfera pública como privada.

Por otra parte, aunque las organizaciones no lo quieran, están más expuestas a la opinión pública por la pujanza de Internet. Junto al discurso “oficial” tradicionalmente recogido en sus memorias anuales, o en los sitios web, surgen muchas opiniones paralelas. Pero la gran diferencia reside en que, hoy en día, esas opiniones están fácilmente accesibles a través de los buscadores en Internet. Se construye así lo que suele denominarse “identidad de dominio público, controlable sólo en parte por las empresas. La reputación tiene, cada vez más, que ver con lo que Internet dice de las organizaciones. En resumen, no puedes no estar en Internet y solo podrás contrarrestar lo que allí se dice de ti teniendo una actitud activa, creando contenidos sobre ti mismo. Muéstrate como eres porque los demás ya lo saben y a veces mejor que tú. Explica tus defectos, la gente quiere ayudar a quien lo necesita, quizás mostrarte vulnerable no sea tan mala idea.

Te ponemos un par de ejemplo de transparencia:

- Algo que nos paso a nosotros mismos: [“Hundidos por un desastre”](#)
- Osoa y su casa accesible: [Puedes leer el caso](#) y [visitar la página web](#) para comprender el alcance transparente de la iniciativa

Tiempo y espacio

Las organizaciones asumen que el tiempo es dinero. Por tanto, cuanto menos tiempo emplean en diseñar y sacar al mercado sus productos y servicios, más competitivas se perciben. En esta progresiva reducción del tiempo, su mismo concepto se ha modificado. Por una parte, el tiempo tiende a desaparecer por cuanto que el objetivo es minimizarlo, pero es que, además, cada vez se recibe mayor número de estímulos informativos por unidad de tiempo. Por tanto, al combinar la presión de hacer las cosas en menos tiempo con el aumento del número de impactos informativos, la conclusión es evidente: se percibe que “no hay tiempo”.

Por otra parte, la certeza del pensamiento occidental de que el tiempo es lineal también se viene abajo. La complejidad de los sistemas en que se insertan las organizaciones se lleva mejor con un concepto cíclico e incluso impredecible. Si W.E.Deming explicó a través del ciclo PDCA una lógica temporal y de dedicaciones óptimas de tiempo, esa forma de entender la gestión ha sufrido alteraciones radicales. Es fundamental llegar

primero al mercado y estar allí como condición previa de competitividad. Hay que aceptar una lógica de mayor exposición y reaccionar rápidamente a los cambios del ecosistema al que se pertenece. Es por ello que tenemos que aceptar el concepto de "Beta permanente" es decir, poner en el mercado productos y servicios no totalmente terminados pero con la idea de ir mejorándolos constantemente, de esa forma que primamos la velocidad sobre una solución óptima que quizás llegaría demasiado tarde.

Por otro lado, cada vez más el espacio físico se digitaliza y lo digital, al mismo tiempo, se funde con lo físico. Los objetos portan información; son emisores y receptores de señales que sirven para llevar a cabo diversas actividades. En la medida que más y más productos son digitalizables, su distribución es más sencilla y menos costosa. Cada vez hay más objetos físicos que tienen una réplica digital, la cual tiende a sustituir al artículo original por razones de coste, sin que a veces caigamos en la cuenta de lo que esto supone. En general, son las denominadas "industrias de contenidos" las que más directamente se ven afectadas. Sus modelos de negocio no son válidos, en buena parte, para la nueva situación. La copia perfecta y su inexistente coste las obligan a repensar dónde y cómo están compitiendo.

Pero, al mismo tiempo las oportunidades crecen a un ritmo vertiginoso. La "realidad aumentada" se convierte en parte de lo cotidiano. Llega al teléfono móvil y a los juegos de consola. Asociar de forma inmediata información a los objetos físicos que están frente a nosotros para extraer más valor de ellos es algo que despliega enormes posibilidades. Un buen ejemplo son las investigaciones de Auto-ID Labs , proyecto que agrupa a varios centros de prestigio en el área de RFID (identificación por radiofrecuencia) y a quien se atribuye la idea de "Internet de las cosas", con la que también trabaja Neil Gershenfeld y su equipo en el CBA (Laboratorio de bits y átomos) del Massachusetts Institute of Technology.

Esta digitalización de lo físico supone una gran oportunidad para las organizaciones. Aquellas que sean capaces de aprovechar ese nuevo flujo de información que se deriva de lo digital e incorporarlo a sus prácticas de gestión podrán ganar en competitividad. No es tanto que la economía se haga digital, sino que lo digital se integra en lo físico y que puede llegar a eliminarlo si demuestra ser más eficiente (casi siempre en términos de coste/beneficio). Hace ya cierto tiempo que esta "nueva" economía convive con otros modelos tradicionales.

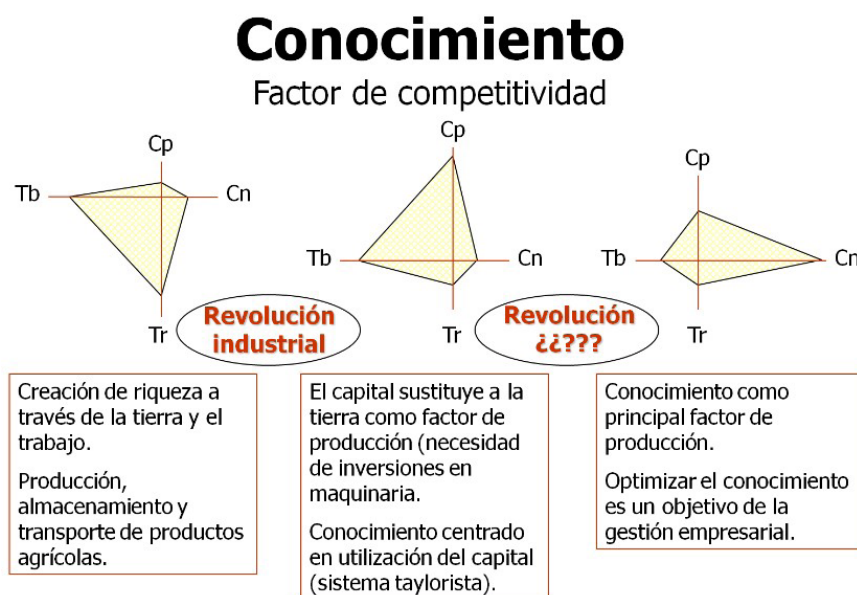
Algunos vídeos sobre estas ideas que te pueden ayudar a comprender el cambio que nos viene encima:

- http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=I5Rba7c6RwQ
- http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=91fXp1P5aoY
- http://www.youtube.com/watch?v=9Ukd8Cqd1Ao&feature=player_embedded
- http://www.youtube.com/watch?v=8zP1em1dg5k&feature=player_embedded

Factor conocimiento

La información debe ser transformada en conocimiento. Y esto lo hacen las personas, que son quienes poseen el conocimiento. Por tanto, la forma en que las personas se desarrollan dentro (o fuera) de las organizaciones es fundamental. Las personas se convierten en el centro de la organización en tanto que representan su fuente de competitividad evidente. Personas que, con información, adquieren conocimiento. La clave es generar contextos donde ese conocimiento fluya entre las personas y que no quede almacenado en silos aislados.

Se habla de la "sociedad del conocimiento", de una economía que dejó atrás la era industrial y que lleva ya unos cuantos años inserta en un paradigma diferente. La concepción del trabajo cambia. Ya no son lo fundamental el capital, la tierra o el número de horas que se empleen en algo. En su lugar, la competitividad viene de la forma en que se genera, difunde y explota nuevo conocimiento.



Esta característica de la emergencia del factor conocimiento, aunque muy referenciada, todavía no ha sido asimilada en la mayor parte de las organizaciones. Porque las consecuencias de que eso sea así son tremendas para la organización. Entre otras cabe considerar:

- ¿Cómo se delimita el tiempo de trabajo y no trabajo cuando estamos hablando de conocimiento?
- ¿Hasta qué punto la empresa entorpece o favorece compartir conocimiento?
- ¿Cómo se gestionan los derechos de propiedad de ese conocimiento?, ¿tiene sentido hablar de "propiedad" del conocimiento?

- ¿Qué sentido tienen las normas, los procedimientos o la limitación de la expresión creativa de la persona?

Son preguntas que todas ellas ponen en tela de juicio la forma en que la mayor parte de las organizaciones están gestionadas. Basadas en gran parte en la planificación y el control, en las “cosas bien hechas”, en la calidad y la excelencia, muchas empresas sucumben para digerir su nueva materia prima: el conocimiento que poseen las personas que trabajan en ellas.

Existen otros dos cambios de paradigma en lo referente al conocimiento. Por un lado estamos ante la irrupción del conocimiento profano en contraposición al conocimiento experto. Es decir, antes se tendía a pensar en que los expertos dentro de nuestras organizaciones eran los que más sabían de los temas que trataba ésta. Ahora sin embargo, como cada vez más conscientes de que en la sociedad existe un amplio “stock” de conocimiento que puede ser tan o más interesante del que tenemos dentro de nuestra organización. Además, las tecnologías de la información hacen posible ahora conectarnos más fácilmente con esas personas que están fuera de nuestros “muros”. La idea central de este apartado es: evita pensar en construir el mejor departamento de I+D del mundo y céntrate en conseguir que el mundo sea tu departamento de I+D.

El otro cambio de paradigma tiene que ver con acabar con aquello de que la información es poder y que por eso hay que encerrarla bajo siete llaves en todos los casos. Pues bien, olvidémonos de ese principio y sustituyámoslo por otro que diga que compartir información es poder. Cada vez que ponemos en la plaza pública nuestra ideas y conocimientos ganamos más por lo que los demás las pueden enriquecer de lo que perdemos porque nos las pueden copiar. Asumamos finalmente una cuestión, el conocimiento articulado se está convirtiendo de forma creciente en una mercancía. Posiblemente cualquier tipo de conocimiento que tenemos puertas adentro de nuestra organización ya existe en otras partes del mundo.

Todo ello nos lleva a flexibilizar el concepto de propiedad intelectual y a repensar los sistemas legales de protección y difusión de nuestra información. En concreto, estas nuevas formas legales deberán asegurar la disposición de la organización a compartir con la comunidad el conocimiento que genera. Ya tenemos desarrollos legales orientados a esta filosofía provenientes del mundo de la cultura digital y del desarrollo del software de código abierto como por ejemplo el copyleft que supone la liberación total de los contenidos u otro tipo de licencias como las creative commons que ofrecen una enorme flexibilidad a los autores para decidir las restricciones que establecen a la remezcla, reproducción, distribución o comercialización de sus productos. Instituciones tan importantes como el MIT ya lo está haciendo, puedes consultar y descargar de forma totalmente gratuita y libre todos sus cursos. Una institución en España que ha tomado ejemplo es la [EOI con su biblioteca Savia](#).

En este video puedes aprender algo más sobre las licencias creative commons:

- http://www.youtube.com/watch?v=Lg6znYkNuUQ&feature=player_embedded

Capitalismo Funky

El siglo XXI en el primer mundo deja atrás el paradigma de la producción masiva y el exceso de oferta centrado en los productos físicos, deja atrás al consumidor pasivo que elige entre una gran diversidad de alternativas de propiedad. En el siglo actual se abre paso con fuerza la posmodernidad, el individualismo en red y la realización personal a través de la cultura y el consumo. Donde antes había iglesias hoy se levantan centros comerciales, que dirían Nordström y Ridderstråle, los autores de Funky Business. Es la dinámica del consumo como goce y disfrute. Es un nuevo capitalismo que cobra fuerza en tanto que va dirigido a la persona, a lo que es y lo que puede ser, a que disfrute mientras consume o realiza la labor que le ha sido encomendada.

La idea clave introducida en Funky Business es que el sistema para burlar la trampa del mercado debe apelar al ser humano emocional, no al racional. Y así, la auténtica competitividad debe ser construida alrededor de algo que sabemos que existe pero sobre lo que raramente se discute en el mundo organizacional: emociones e imaginación. Tenemos una recomendación para ti, hacer más informal el negocio, provocar la risa, pensar en la gente joven que será cliente o proveedor, relativizar nuestra escala de valores, tan seria y formal. Ir sin corbata a trabajar, quitarle "carga" y añadirle "diversión". Es decir, practicar el Effortjoyment.

Algunos video que muestran lo que queremos señalar, la diversión como medio de movilizar a las personas:

- http://www.youtube.com/watch?v=zSiHjMU-MUo&feature=player_embedded
- http://www.youtube.com/watch?v=2IXh2n0aPyw&feature=player_embedded
- http://www.youtube.com/watch?v=cbEKAwCoCKw&feature=player_embedded

Empresa social

Junto con la realidad del capitalismo Funky -en un plano que parecía contrario y luego paralelo, pero que ahora confluye- la economía sostenible es la otra mitad necesaria para que el espectáculo continúe. Las empresas introducen prácticas de responsabilidad social corporativa, emprenden actividades filantrópicas y se implican en campañas solidarias o de fuerte componente social en su más amplio sentido. La gestión mira tanto al interior de la organización como al exterior ya que ahí fuera se gana buena parte de la batalla por "cautivar" y por "fidelizar" a los clientes.

Las organizaciones abiertas asumen la necesidad de disponer de un verdadero sentido del propósito. Más allá del habitual mantra de las empresas respecto a su visión, misión y valores, el propósito de la empresa es algo que justifica en sí mismo el compromiso de quienes lo comparten. Como tal, tiene que ir mucho más allá del sentido económico de la empresa. Mozilla, el principal competidor de Microsoft en el mercado de los navegadores en Internet es uno de los mejores ejemplos para comprender el poder del propósito.

Se trata de un mensaje simple y comprensible para la mayor parte de las personas:

Creemos que Internet debería ser público, abierto y accesible. Somos una organización sin ánimo de lucro dedicada a hacer Internet mejor para cualquier persona.

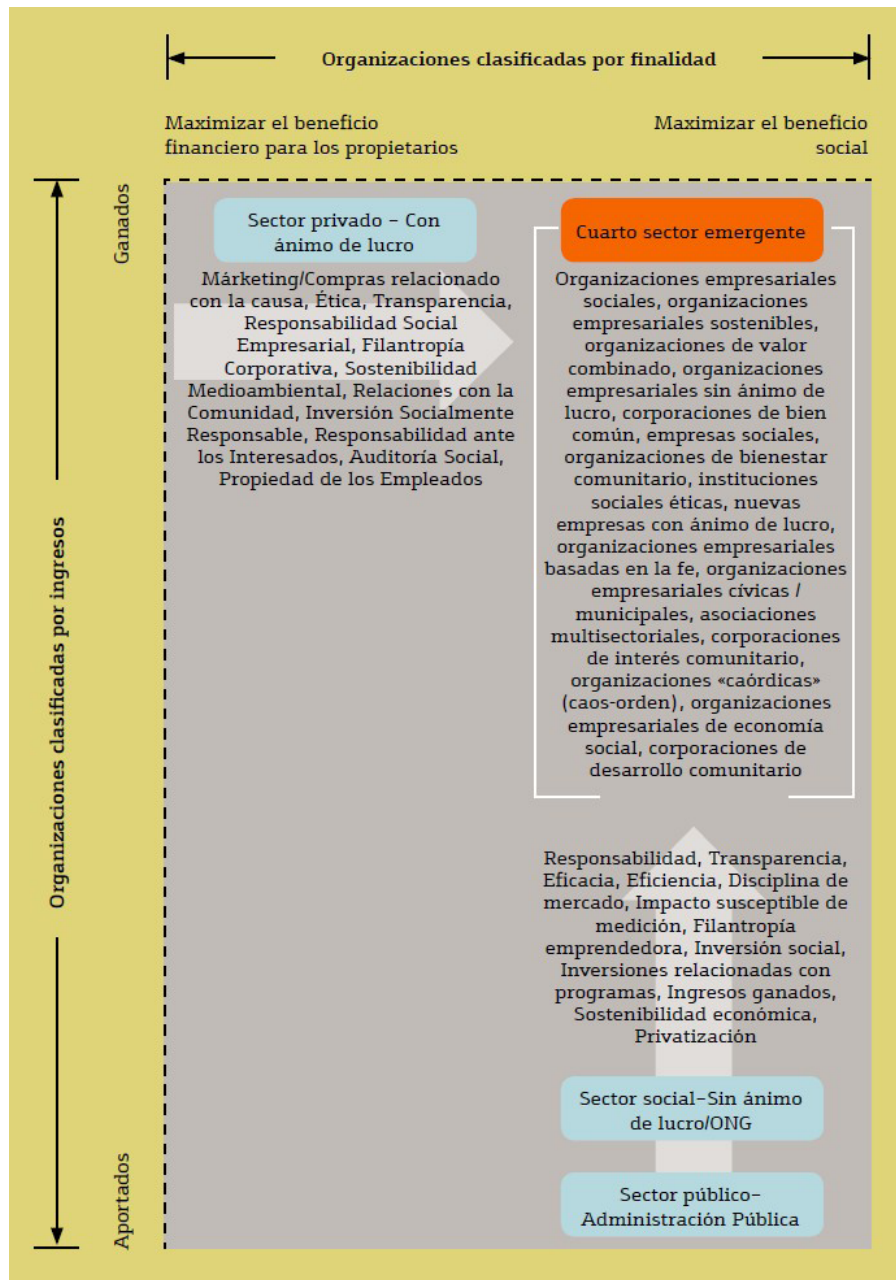
Así pues, la empresa con propósito trata de establecer un vínculo auténtico con las personas, más allá de vehiculizarlo a través de las habituales retahílas de la responsabilidad social corporativa. Este tipo de empresa lleva en sus genes la apertura a la sociedad que la envuelve ya que gana reputación en la medida en que sus prácticas son abiertas y transparentes. Mozilla debe obligatoriamente jugar en el terreno de lo público y abierto. Esa es su gran ventaja y la forma en que adquiere más y más relevancia.

En cierta forma esta idea encaja con la actual emergencia de lo que se está denominando cuarto sector . Tiene que ver este asunto con la necesidad de superar los límites actuales en la definición de empresa. Si el sector privado representa el primer sector, el público el segundo y las organizaciones sin ánimo de lucro el tercero, ahora parece emerger un cuarto sector que se define mediante estas características: propósito social, método empresarial, propiedad inclusiva, gobernanza de los *stakeholders*, compensaciones justas, retornos a la inversión razonables, responsabilidad social y medioambiental, transparencia y protección de activos. Este cuarto sector se define como "*For-Benefit*" y pretende integrar el propósito social y los planteamientos empresariales de forma que se define como un nuevo tipo de organización con la capacidad de generar tremendos beneficios tanto económicos, sociales y medioambientales.

De acuerdo con [The Fourth Sector](#), las organizaciones del cuarto sector tendrían estos atributos básicos:

- **Propósito social** Existe un compromiso auténtico con ese propósito embebido en toda la estructura de la organización.
- **Métodos empresariales** Se puede desarrollar cualquier actividad empresarial legal que sea consecuente con el propósito social y con las responsabilidades de los *stakeholders*.
- **Propiedad inclusiva** Se distribuyen de forma equitativa los derechos de propiedad entre los *stakeholders* de acuerdo con su participación.
- **Gobernanza de los stakeholders.** Se comparte información y control entre los potenciales *stakeholders* a medida que estos se desarrollan.
- **Compensación justa** Tanto para empleados como para otros *stakeholders* de acuerdo con sus contribuciones.
- **Retornos razonables.** Se recompensa a los inversores según límites razonables que protegen la capacidad de la organización de conseguir sus fines sociales.
- **Responsabilidad social y medioambiental** Se compromete a mejorar de forma continua su desempeño social y medioambiental a través de toda su red de *stakeholders*.
- **Transparencia** Se compromete a una evaluación completa y precisa que reporte su actividad e impacto social, medioambiental y financiero.
- **Recursos protegidos** Este tipo de organización puede fusionarse con otras o adquirirlas siempre que la entidad resultante mantenga también su carácter social.

En caso de disolución, los recursos permanecen dedicados a propósitos sociales y no deben utilizarse para ganancias privadas de cualquier persona más allá de los límites razonables de compensación.



Por tanto la organización abierta se plantea como una superación de modelos integrando ciertas características de los precedentes y buscando una presencia más lógica y aceptable en la sociedad del siglo XXI.

Lecturas complementarias:

- [Empresa social, cuarto sector... aclarando términos](#)
- [Hamel y la empresa con propósito](#)

En nuestra investigación sobre empresa abierta hemos detectado algunos casos de empresas que pudieran entrar en los parámetros del cuarto sector:

- [Sartu](#)
- [Koopera](#)
- [Osoa](#)

Persona como principio de todo

¿Qué dota, en última instancia, de sentido a la organización abierta? La persona. No hay otra referencia más importante ni de mayor relevancia: la persona es la base de todo. Eso sí, cuando nos referimos a la "persona" nos enfrentamos a un ser complejo que manifiesta diferencias individuales considerables. Incluso cabe contraargumentar si "persona" se contrapone a "colectivo", a "proyecto compartido", a "equipo". Entramos en terreno resbaladizo sobre todo por las complejas relaciones entre persona y organización, incluyendo aquellas que tienen que ver con las necesidades de carácter económico que hemos (auto)generado en la sociedad actual.

En los puntos siguientes vamos a desarrollar la idea de "persona" de la que parte la organización abierta. Una visión que no debe perder la perspectiva de conseguir que el proyecto compartido sea competitivo en los mercados actuales.

Individualismo en red

En cierta forma estamos transitando de una sociedad basada en los grupos (vinculados por tiempo y espacio) a una sociedad basada en la red (en la que se añade la dimensión del ciberespacio en su más amplio sentido). Este matiz es importante en tanto que la red favorece otra expresión de los nodos al incluirlos en subredes o *clusters* que se reconfiguran con agilidad en la medida en que son conscientes de las relaciones que establecen. La sociedad-red, por utilizar la expresión de Manuel Castells, conduce a una expresión paradójica del individualismo. Al tiempo que se potencia la unicidad del individuo, éste se desarrolla en función de la conectividad que le proporcionan las redes en las que participa. Surge así la idea de "individualismo en red", desarrollada entre otros autores por Barry Wellman.

El individualismo en red surge, por un lado, con la cultura del individualismo que construye las relaciones sociales a partir de individuos autodefinidos que pretenden interactuar con los demás siguiendo sus propias opciones, valores e intereses, trascendiendo la adscripción, la tradición y la jerarquía. El individualismo en red es una cultura, no

una forma de organización. Una cultura que empieza con valores y proyectos del individuo pero construye un sistema de intercambio con otros individuos. El individualismo en red inspira movimientos sociales orientados por proyectos que se construyen sobre los nuevos valores compartidos por individuos que quieren cambiar sus vidas.

Manuel Castells, Comunicación y Poder, p. 471

Vivimos, por tanto, en una fase de la historia marcada por la individualidad, donde las personas se definen por la relación consigo mismas y no con ningún grupo de interés (religión, ideología, etc.). A todo nos incumbe reconstruir las instituciones de forma que no estén al servicio de las conveniencias y autoridades sociales sino al servicio de la libertad creadora de cada individuo, a su capacidad para crear su propia vida. La organización abierta apuesta por facilitar y acoger los proyectos personales que posibiliten a los individuos dotar de sentido y responsabilidad a su actividad en función de sus propios fines humanos.

¡Al fin libres! Pero también en medio de una gran resaca de libertad la gente está empezando a darse cuenta de que con la libertad llegan las responsabilidades. El individuo, no obstante, atesora, como ya dijera hace muchos años Erich Fromm, miedo a la libertad. Se sabe centro de muchas miradas pero necesita una cobertura, la seguridad de una red que le recoja de las caídas de sus piruetas fallidas. No obstante, como señalan Nordstrom y Ridderstrale no tenemos que olvidar que mientras que la libertad puede ser buena o mala, la ausencia de libertad solo puede ser mala.

La complejidad de las organizaciones suele reflejarse en sus estructuras. Diferentes puestos de trabajo, diferentes áreas, funciones, retribuciones; diferencias que alejan a unas personas de otras, que ralentizan la toma de decisiones y generan desconfianza las más de las veces. Frente a esta concepción, las redes distribuidas, formadas por individuos en red, se pueden aprovechar mucho mejor de otra forma de concebir las relaciones: basadas en el principio de igualdad, en el principio de los pares. Cuando la relación es entre iguales es más fácil generar confianza. La organización abierta trata de utilizar de forma más intensa este modelo de funcionamiento basado en lo que se comparte y no tanto en lo que diferencia.

De nuevo las tecnologías de información y comunicación son las que redefinen el escenario. Porque compartir entre iguales sin tecnología de por medio convierte el hecho de compartir en una experiencia limitada a un tiempo y un espacio. A través de aplicaciones P2P las personas pueden construir un procomún mucho mayor. Los trabajos en torno a este nuevo procomún que emerge de la interacción masiva entre iguales ofrece a la organización un nuevo panorama que cambia las reglas del juego. Compartir confiere poder y capacidad para innovar. Cuando el conocimiento se pone a disposición de quienes son nuestros pares entonces aparecen posibilidades insospechadas.

- Caso de estudio: [Naidier](#)
- Lectura adicional: [Sentirse libre en la empresa](#)

Pasión hacker

La ética *hacker*, tal como la describe Himanen, describe una forma de comprender a la persona y a la empresa casi en las antípodas del modelo de la ética protestante, con la que suele enfrentarse a menudo para explicarla mejor. Frente a la idea de que “el trabajo se realiza con las mandíbulas prietas y con una actitud de atormentada responsabilidad, al punto de que la mala conciencia aflora cuando no se puede cumplir con el trabajo debido a un problema de salud” (Himanen, 2001; 31). En cambio, la ética *hacker* se define por otros valores, entre los que destaca la pasión, la concepción del tiempo flexible o fórmulas alternativas de reconocimiento (no monetarias), todo ello guiado por las ansias de libertad.

La organización abierta reconoce que esa actitud de pasión, de proactividad, de compromiso, etc. es la necesaria en la organización, pero ¿cómo conseguirla? Te proponemos que leas el siguiente texto y luego iniciemos un debate sobre conseguir esta forma de visualizar el trabajo en nuestras organizaciones.

Lectura: los siete valores de la ética hacer (Pekka Himanen, La ética *hacker*, p.155-158)

Hemos visto cómo los siete valores dominantes de la sociedad red y de la ética protestante son el dinero, el trabajo, la optimización, la flexibilidad, la estabilidad, la determinación y la contabilidad de resultados. Ahora podemos resumir los siete valores de la ética *hacker* que han desempeñado un papel significativo en la formación de nuestra nueva sociedad y que representan un desafiante espíritu alternativo del informacionalismo.

Una vez más conviene recordar que sólo unos pocos *hackers* informáticos comparten esos valores en su integridad, aunque deben ser considerados colectivamente en razón de su interrelación lógica y social.

Cada uno de los capítulos anteriores se ha centrado en uno de estos valores. El primer valor orientador en la vida del *hacker* es la pasión, es decir, una búsqueda intrínsecamente interesante que le llena de energía y cuya realización le colma de gozo. En el segundo capítulo hablamos de libertad. Los *hackers* no organizan sus vidas en términos de una jornada laboral rutinaria y optimizada de forma constante, sino como un flujo dinámico entre el trabajo creativo y las otras pasiones de la vida, con un ritmo en el que hay espacio para el juego. La ética *hacker* del trabajo consiste en fusionar pasión y libertad. Esta parte de la ética *hacker* ha sido la que ha ejercido una influencia más amplia.

En la ética *hacker* del dinero, abordada en el tercer y cuarto capítulos, el elemento más llamativo es que muchos *hackers* siguen aún el *hackerismo* originario al no considerar el dinero un valor en sí mismo y al motivar su actividad en función de metas como el valor social y la accesibilidad. Estos *hackers* quieren realizar su pasión junto a los demás y crear algo que tenga valor para la comunidad y merecer por ello el reconocimiento de sus iguales. Además, permiten que los resultados de su creatividad sean utilizados, desarrollados y puestos a prueba por cualquiera, de modo que todos puedan aprender unos de otros. Aun cuando buena parte del desarrollo tecnológico de nuestra

era de la información ha sido llevado a cabo en el interior del capitalismo tradicional y de proyectos gubernamentales, una parte muy significativa de estos avances, incluyendo los símbolos de nuestra época --Internet y el ordenador personal--, no hubiera llegado a existir sin los *hackers* que cedieron sus creaciones a otros.

Tal como hemos visto, el tercer aspecto esencial de la ética *hacker* es su actitud en relación a las redes, o la *nética*, definida por los valores de la actividad y la preocupación responsable. En este contexto, actividad implica una completa libertad de expresión en la acción, privacidad para proteger la creación de un estilo de vida individual, y rechazo de la receptividad pasiva en favor del ejercicio activo de las propias pasiones. Preocupación responsable significa aquí ocuparse de los demás como fin en sí mismo, con el deseo de eliminar de la sociedad red la mentalidad de supervivencia que, con pródiga facilidad, acostumbra a derivarse de su lógica. Esto incluye la meta de lograr que todos participen en la red y se beneficien de ella, así como ayudar de forma directa a quienes han quedado abandonados en los márgenes de la supervivencia. Se trata de desafíos muy abiertos, y queda por ver si los *hackers* podrán ejercer en estos ámbitos la misma influencia que en los dos planos anteriores. El *hacker* que vive según esta ética a estos tres niveles -trabajo, dinero, *nética*- consigue el más alto respeto por parte de la comunidad. Y se convierte en un héroe genuino cuando consigue honrar el séptimo y último valor. Este valor ha venido recorriendo todo el libro y, ahora, en el capítulo séptimo, puede ser explicitado: se trata de la creatividad, la asombrosa superación individual y la donación al mundo de una aportación genuinamente nueva y valiosa.

En su manifiesto "Deux ex machina, or The True Computerist", Tom Pittman, del Homebrew Computer Club, expresaba la importancia de la creatividad al describir la sensación que acompaña a la genuina "piratería" informática: "En ese instante, como cristiano pude sentir en cierto grado la satisfacción que Dios debió de sentir al crear el mundo". En esta actitud hacia la creatividad, la ética *hacker* difiere tanto de las versiones protestante como pre protestante. El hiperbólico símil de Pittman nos permite concluir el curioso arco de este libro tomándonos la libertad de colocar estas tres éticas en el interior del mismo paisaje metafórico, el Génesis, con el cual se empezó a hablar de la ética *hacker* en el capítulo primero. Casi huelga decir que este enfoque va más allá de lo que la mayoría de los *hackers* informáticos quisieran, pero, en el capítulo conclusivo de un libro que versa sobre cuestiones básicas de nuestra filosofía de la vida, esta dimensión mítica no deja de ser apropiada.

Autodeterminación e inmanencia

Muchas organizaciones andan a la caza y captura del santo grial de la motivación de las personas que trabajan para ellas. Alejadas de asumir la ética hacker, manejan un buen número de reconocimientos y de recompensas extrínsecas para ver si lo encuentran. Pero en gran medida "la motivación sale de dentro". Sólo desde esta perspectiva se comprende el compromiso de las personas con determinados proyectos. Es preciso que vean en ellos una realización personal de sus aspiraciones. En caso contrario, la organización sólo actúa como "lugar de trabajo", como mero receptor de capacidades pero no como lugar donde la persona se realiza como tal.

La organización abierta se ofrece como un medio para que las personas cumplan sus objetivos. Supeditan, por tanto, otros objetivos a este de "ponerse a disposición de", de ofrecerse como una plataforma a través de la cual las personas son capaces de "sacar lo que llevan dentro". De acuerdo con Ryan y Deci, lo que importa son "las condiciones que estimulan y sostienen, versus las que evitan y disminuyen, esta propensión innata". De nuevo estamos hablando de la arquitectura, del contexto. No podemos intervenir directamente sobre las personas como si fueran máquinas en las que el cambio de una pieza provoca un efecto lineal. Las relaciones causa-efecto no funcionan como un estándar para todas las personas.

En opinión de Kenneth Thomas son cuatro las recompensas que animan la aparición de esta motivación intrínseca:

- Sentir que puedo elegir
- Sentir que soy competente
- Sentir que lo que hago tiene sentido para mí
- Sentir que progreso

Otro autor que está tomando mucha relevancia en el estudio de la motivación intrínseca es Dan Pink, te dejamos con una estupenda conferencia suya sobre el tema (podéis elegir la opción de subtítulos en castellano): <http://www.ted.com/talks/view/id/618>

Inteligencia colectiva

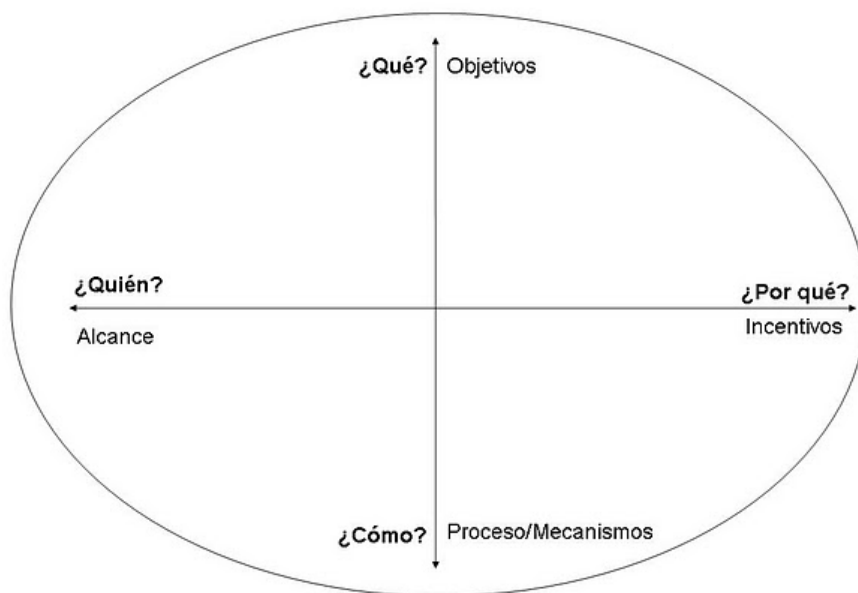
Este es uno de esos conceptos que ha cogido mucha fuerza en tiempos recientes, en buena parte gracias al uso intensivo de la web social. En el pasado la inteligencia había sido analizada como una característica exclusivamente asociada al ser humano y que se medía a través de unas determinadas pruebas psicométricas. Sin embargo, hoy en día el enfoque se ha ampliado y son varias las líneas a considerar para comprender qué es la inteligencia y a qué se puede aplicar y entre ellas destaca la inteligencia colectiva (también podríamos destacar la inteligencia emocional, popularizada por Daniel Goleman o las inteligencias múltiples de Howard Gardner).

En la empresa abierta se admite la importancia de tener en cuenta la inteligencia colectiva que emerge de la interacción entre las personas. En buena parte se considera como algo que surge del uso colectivo de las tecnologías de información y comunicación, sobre todo en Internet. Tal y como se pregunta el *MIT Center for Collective Intelligence*:

How can people and computers be connected so that—collectively—they act more intelligently than any individuals, groups, or computers have ever done before?
 (Como puede conectarse las personas y las computadoras de forma que -colectivamente- actúen de forma más inteligente de lo que lo ha hecho ningún individuo, grupo o computadora)

La inteligencia colectiva puede comprenderse a partir de agregar información y filtrarla (puede ser el caso de la wikipedia), pero también puede entenderse como la que emerge de las comunidades y facilita los consensos. Esta idea de reutilizar el conocimiento disperso y fragmentado que poseen muchas personas que están de alguna forma en contacto con la organización es una de las claves para hacer competitiva a este nuevo tipo de organización.

Así, el grupo el citado grupo de inteligencia colectiva liderado por Thomas Malone acaba de publicar el mapa genético de la inteligencia colectiva. Se trata de identificar las decisiones clave ("los genes" siguiendo la metáfora de los autores) a tomar a la hora de poner en marcha un proceso de este tipo en una organización. La combinación de los genes asociados a un ejemplo específico de inteligencia colectiva sería así el genoma de tal sistema. Y, ¿cuáles son esos genes o principios básicos? Pues, los cuatro que aparecen en el siguiente gráfico tomado directamente (previa traducción) de la publicación de los autores.



- **¿Qué actividad debe llevarse a cabo?** Hay una amplia variedad de actividades como ejemplo de iniciativas de creación colectiva; software, [camisetas](#), [conocimiento](#), [construcción de parques en barrios necesitados](#), etc.
- **¿Quién lleva a cabo la actividad?** Se trata de identificar el colectivo o perfil de personas que van a participar creando de forma colectiva un producto, servicio, conocimiento, etc.
- **¿Por qué el colectivo de personas participa?** En este punto se trata de pensar en los incentivos que movilizarán a las personas a participar, que pueden ir desde el dinero (o cualquiera otra recompensa tangible) hasta el estatus o reputación delante de la comunidad pasando por la pura diversión que genera en la persona la propia actividad.
- **¿Cómo se va a llevar a cabo?** Se trata de saber mediante que procesos o mecanismos podemos poner en marcha programas concretos de inteligencia colectiva. Existen varios mecanismos como podéis leer en [Inteligencia Colectiva y Open Innovation](#).

Lo cierto es que aunque la metáfora sea un poco forzada, este marco puede resultar interesante para facilitar a las organizaciones la estructuración de su propio “genoma” alrededor de la inteligencia colectiva.

Te proponemos la lectura de un caso donde la comunidad y el concepto de inteligencia colectiva tienen un peso especial:

- [Caso Tuxbrain](#)

Prosumers

La organización abierta reconoce que fuera de sus difusos límites hay mucho más conocimiento útil referido a sus productos y servicios que dentro de ella. Al mismo tiempo, bajo ciertas condiciones, esas personas que están ahí fuera pueden colaborar en su diseño, elaboración y testeo. La cultura del primer mundo cabalga a lomos del consumo, para lo bueno y para lo malo, y es en esa cultura donde las personas colaboran con las empresas en la generación de nuevos productos, en la co-creación de nuevos servicios. Las empresas abiertas deben diseñar espacios donde esos prosumidores se sientan a gusto y contribuyan con su saber hacer.

Ahora bien, ¿por qué una persona va a dedicar parte de su tiempo a ciertas actividades que antes eran únicamente responsabilidad de la empresa? Se entra aquí en el terreno del propósito y de la motivación intrínseca, que ya comentados anteriormente. No parece lógico pensar que cualquier producto o servicio pueda atraer prosumidores. Así que la empresa abierta sabe que hay ciertos territorios más proclives a dejarse invadir por los prosumidores.

Pero no sólo se trata de motivación intrínseca del prosumidor o de un producto que engancha. Mucho tiene que ver el diseño de las plataformas de colaboración entre empresas y sus grupos de interés. La empresa abierta debe proporcionar una experiencia

gratificante a quien se aproxima a participar en cualquier propuesta de colaboración. Es preciso decidir qué información se va a compartir, qué tipo de incentivos se van a utilizar o cómo se va a dinamizar ese espacio. Los prosumidores deben sentirse cómodos aportando pero también recibiendo. Es un juego con clara percepción ganar-ganar.

En nuestra investigación sobre economía abierta hemos identificado un caso muy revelador a este respecto, te pedimos que lo leas:

- [Caso Caja Navarra](#)

Si estás interesado en el tema, puede que interesa también el siguiente caso:

- [Caso Transandalus](#)

Gestión de organizaciones con enfoque de red distribuida

En este epígrafe se describen algunas de las características que configuran la organización de las empresas abiertas. No se trata tanto de una rígida línea a la que aferrarse sino alternativas que suelen concurrir en este tipo de modelos.

Dimensión humana

Es habitual observar cómo las empresas crecen. Es lo lógico en un mercado que define como regla de juego de la competitividad el crecimiento. No se puede no crecer. Quien no crece pierde. El tamaño como factor de competitividad ha sido ampliamente tratado en la literatura de gestión y suele ser una variable que hoy en día se funde con el enfoque *glocal*, de pensar en global y actuar en local. A día de hoy parece que no hay sector que no escape al axioma de que mayor tamaño es mayor competitividad. Eso sí, los procesos de fusión rara vez son la suma de personas; siempre se producen bajas en el camino. Se crece pero reconociendo que no todas las personas son necesarias. Los ejemplos son numerosos.

Así que la organización abierta requiere dimensión humana. Por eso hay una representación mayor de pymes e incluso micropymes. Son organizaciones donde las personas se reconocen por su nombre y donde el vínculo va más allá de lo estrictamente profesional. El peso de la persona es mayor por cuanto que pesa más en el conjunto al ser ése más pequeño. Las organizaciones pequeñas llevan a la práctica lo que hace años ya aportó la investigación de Robin Dunbar : que existe cierto límite en el tamaño de la organización para conseguir el desarrollo pleno de la persona. Sus investigaciones han tenido mucho que ver con la cultura, pero son, en general, aplicables a las organizaciones empresariales. De hecho también las empresas grandes buscan la magia de lo pequeño. Son muchas las organizaciones divididas en unidades más pequeñas y manejables donde las personas consiguen la referencia de conjunto de forma más fácil. Se habla así de minifábricas, minicompañías y equipos autogestionados.

La dimensión humana se traduce, por ejemplo, en poder recordar todos los nombres de las personas que trabajan en la misma organización, en diferenciar exigencias y reconocimientos, en procesos más ágiles, en respuestas a clientes más humanas o en retribuciones más justas y con menos diferencias. Esta percepción "humana" de la organización es muy importante ya que asienta vínculos de confianza y pone las bases para un sentido compartido de los proyectos.

Esto, no obstante, puede conducir a ciertas paradojas. Tomemos el caso de Mozilla, una organización muy abierta y que maneja no sólo un grupo humano de personas contratadas bajo nómina sino un extensísimo número de personas colaboradoras en casi todos los rincones del planeta mediante mecanismo de inteligencia colectiva. Sin embargo, cuando se profundiza en su organización, también se descubren muchas herramientas para trabajar en entornos más pequeños y controlados (como veremos en el apartado de gobernanza).

Lectura adicional: [Por una dimensión humana de la empresa](#)

Crecimiento por desagregación

La organización abierta reinterpreta el crecimiento. Si la economía del siglo XXI navega en general, como se comentó anteriormente, bajo el axioma del crecimiento y la organización abierta apuesta por una dimensión humana, ¿cómo se encaran posibles necesidades reales de crecimiento? La respuesta es la desagregación. En parte se trata de utilizar algunos mecanismos similares a los que utilizan las plantas para reproducirse. Así, por ejemplo, la reproducción por esporas permite al mismo tiempo la dispersión y la supervivencia por largo tiempo en condiciones adversas.

Claro está que este tipo de crecimiento obliga a relativizar las posibilidades de control. En coherencia con la turbulencia del entorno y su impredecibilidad, la dispersión en nuevas unidades organizativas confiere al conjunto una mayor diversidad, por tanto, un control más diluido, pero mayor resiliencia. La idea de la subsidiariedad, básica en el modelo federalista de gestión, tiene también que ver con este tipo de crecimiento. Parece lógico potenciar una mayor autonomía de las partes, cada una de las cuales debe tener sentido en sí misma. La conexión con un supuesto "centro" puede tener más que ver con valores y con una identidad hasta cierto punto compartida (recordemos la idea de propósito también inherente al modelo de empresa abierta) y no tanto con una lista de tareas a desarrollar.

Las Indias Electrónicas son un caso de empresa que ha apostado claramente por la desagregación como vía de crecimiento, en su página web tienes cantidad de información sobre su diferente forma de entender lo que es y no es una empresa. Nosotros estudiamos su caso en nuestra investigación de organización abierta: [Caso Indias Electrónicas](#).

Organización temporal de empleo

Las organizaciones abiertas son maleables, pueden ser unipersonales o pueden agrupar a otras personas o entidades para la realización de determinados proyectos. Si miramos a las grandes dimensiones, encontramos el modelo de organización *à la Hollywood*, enormes estructuras que se crean y se deshacen para producir las películas. Concitan a su alrededor un heterogéneo universo de profesionales independientes, pequeñas o grandes empresas especializadas, todo ello amalgamado por empresas que gestionan el conjunto, pero que tampoco suelen ser de gran dimensión.

La empresa es utilizada por las personas como el medio para conseguir un fin, pero sin asignarle ese carácter permanente al que tantas veces se ha aludido como signo de éxito económico. La organización, de acuerdo con Richard Sennett, pierde ese carácter de referencia para la vida de las personas del siglo XXI. Las relaciones se mueven en el corto plazo, con elevadas dosis de incertidumbre.

Hiperconexión y emergencia

En entornos turbulentos como los que acompañan a la sociedad contemporánea, la búsqueda del equilibrio estable es complicada. Cada vez que la organización cree haber encontrado su nicho, enseguida surgen nuevos competidores que la obligan a repensar su estrategia. La competencia desequilibra constantemente el ecosistema, pero también lo hacen el resto de agentes de la cadena de valor. Se genera incertidumbre y la capacidad de predecir el futuro es escasa. Las previsiones sufren cada vez más. Se transforman más en una "ilusión que necesitamos" que no en un faro que guíe la actividad.

Sin embargo, las organizaciones necesitan elementos que tiendan al consenso, a la unidad, al equilibrio, a la certeza. Un proyecto necesita ser compartido. Pero, al mismo tiempo, el propio proyecto debe generar fuerzas contrarias, debe cuestionar las zonas de seguridad, debe producir diversidad. En las zonas de confort las empresas enferman y pueden sucumbir porque no han percibido los cambios del entorno, como en la metáfora de la rana hervida (nos referimos al símil de lo que sucede con una rana al introducirla en agua y calentarla poco a poco no es capaz de detectar esas pequeñas diferencias de temperatura y acaba muriendo sin ofrecer ningún tipo de resistencia. Suele utilizarse como ejemplo de que no siempre se producen grandes cambios perceptibles). La salud de la organización abierta surge, por tanto, de la tensegridad, término tomado de la arquitectura para definir "la característica que exhiben determinadas estructuras, cuya estabilidad depende del equilibrio entre fuerzas de tracción y compresión".

Esta característica es en ocasiones compleja de comprender. El trabajo en equipo, la cohesión y la unidad de acción han conformado el management durante muchos años. Generar fuerzas centrífugas no forma parte de los objetivos habituales de una empresa.

Sin embargo, en entornos turbulentos es imposible mantener equilibrios perfectos durante mucho tiempo. La tensegridad es una característica que, de hecho, se da en las organizaciones, pero el rol percibido del management ha sido minimizar diversidad más que fomentarla. En definitiva, hay que mirar alrededor, para detectar con qué agentes conseguimos desarrollar esas fuerzas contradictorias.

Para lograr esa tensegridad necesaria, la organización abierta desarrolla una conectividad máxima con el resto de nodos de su red. Este tipo de empresa vale en tanto la calidad y cantidad de las conexiones que establece. Y debe manejarse en términos de lazos fuertes y de lazos débiles (para saber más sobre lazos fuertes y débiles puedes leer el siguiente artículo: [lazos débiles y lazos fuertes](#)) porque ambos son condición necesaria para que exista. Los nutrientes llegan de esas conexiones que establece, bien en forma de cliente, proveedor, colaborador, prescriptor o incluso de competidor. En un mundo donde la reputación es fundamental para tomar decisiones, la organización abierta se mueve ágil para mostrarse receptiva a la conectividad.

Por supuesto que la hiperconectividad requiere habilidades para manejar tanto el espacio social físico/presencial como el digital. Las personas que hacen real la organización abierta son seres humanos de relación fácil, que disfrutan con el contacto con sus semejantes, que se saben inmersas dentro de un ecosistema donde hay que convivir en la paradoja de la pluriespecialización. Es importante reseñar que no se trata sólo de comprender la dimensión digital del prefijo "hiper" sino también en el sentido de la creciente necesidad de sentirse, como persona y como organización, cómoda en las relaciones con los demás agentes del ecosistema del que se forma parte.

La salud de la organización abierta tiene que ver en gran medida con su red. Ahí surgen posibilidades a cada paso, oportunidades de innovar y de encontrar caminos alternativos. Los océanos azules, esos lugares donde se crean nuevos mercados inexistentes hasta la fecha, como nos explican W. Chan Kim y Reneé Mauborgne en *Blue Ocean Strategy*, resultan más fáciles de encontrar desde esta perspectiva. Así que te recomendamos lo siguiente: teje red. Ahí está el futuro, en cooperación con gente y empresas que aún no conoces. Repiensa tu actividad empresarial como conector porque de ahí surgen inmensas posibilidades. Formas una comunidad, no compites en un mercado.

Platoniq, otra de las organizaciones identificadas por nuestra investigación como abiertas, es especialista en lograr espacios para la interconexión y el intercambio de ideas, experiencias, etc. Os ponemos un vídeo de uno de sus proyectos:

Ideazoka: <http://vimeo.com/7819062>

Reconocer la existencia de sistemas complejos en los que las empresas llevan a cabo su actividad, es reconocer la importancia de los patrones emergentes de conducta. Planificar para que las cosas sucedan como se previó es cada día más difícil. Derivado de la intensidad de actuación, es lógico que emerjan patrones de conducta y resultados no previstos. ¿Qué se hace con ellos? ¿se desestiman porque no forman parte del "plan estratégico" en vigor? La organización abierta utiliza estos patrones emergentes como fórmula de adaptación y de co-evolucionar con su entorno. La emergencia es la

propiedad mediante la cual lo micro y lo macro se conectan. En palabras de Steven B. Johnson “un sistema con agentes múltiples que interactúan en forma dinámica de múltiple manera, siguiendo reglas locales e independientes de cualquier instrucción de un nivel superior. Sin embargo este sistema no sería considerado emergente si las interacciones locales no fueran, en alguna forma, de macroconducta observable”.

Para ilustrar todo este punto te proponemos que leas el caso de Zemos98 (poniendo especial interés en el papel de su Festival Zemos98) y el caso de Yproductions para ahondar en cómo generar espacio de colaboración:

- Caso [Zemos98](#)
- Caso [Yproductions](#)

Gobernanza

Eric Abrahamson, de la Universidad de Columbia, decía en una conferencia a la que le habían invitado desde MLab que uno de los grandes problemas de las organizaciones es que están sobreorganizadas. Su argumento es fácil de enlazar con la necesidad de que las personas encuentren espacios de libertad dentro de las empresas y no cubículos de cuatro paredes donde la regulación asfixia la creatividad. Los sistemas de gestión garantistas al estilo de las normas ISO o los enfoques EFQM han podido provocar daños colaterales: en su empeño por desarrollar procesos robustos han maniatado buena parte de la capacidad de las personas.

La organización abierta dirige su actividad a la creación de contextos donde las personas deseen hacer cosas. Es una ingeniería compleja que debe tener en cuenta los objetivos personales y los de la organización. Más control y más organización juega en contra de que las personas se involucren. Las personas deben sentirse obligadas por el contexto a tomar las riendas de su actividad profesional.

Por eso, la empresa abierta ante la duda, no organiza. Esto requiere otro enfoque, complejo pero más coherente con colocar en el centro a las personas, tal como se describe en el capítulo siguiente. Por tanto, se enfatiza, como decimos, más en la creación de contextos, de condiciones para que las personas desplieguen su potencial. En la medida de lo posible, la empresa abierta coloca límites blandos, permeables, apenas definidos. Trata de jugar con la necesidad de las personas de organizarse, de implicarse cuando deben alcanzar ciertos objetivos. La cuestión es el compromiso con el qué y la aceptación de una serie de normas básicas y de mínimos.

Observa el tráfico en Hanoi, realmente no está muy organizado verdad, ¿nos podemos imaginar gestionar nuestras organizaciones de esta manera?

http://www.youtube.com/watch?v=GsxBjUuB9YM&feature=player_embedded

Todo esto suele traducirse en normas más relajadas respecto a los horarios, la definición de puestos de trabajo, la asunción de responsabilidades, la fijación de objetivos y la evaluación del rendimiento.

No obstante, las organizaciones abiertas se ven sometidas, como cualquier otra organización, a la necesidad de establecer sistemas de toma de decisiones. Es curioso cómo la democracia, el sistema más deseado en la mayor parte de la sociedad, no resulta fácil de encontrar en la empresa actual. Las cooperativas podrían argumentar aquello de “una persona, un voto”; pero ni aún así esto supone que toda la “ciudadanía” que trabaja en la empresa accede con el mismo derecho. Quienes no sean socias y socios de la cooperativa no podrán participar, por normas internas de la cooperativa, en cierto tipo de decisiones. Hay que “formar parte”, pero de determinada manera.

Así que la organización abierta acepta la dificultad de establecer sistemas de toma de decisiones en su seno y aboga por dar carta de naturaleza a sistemas pluriárquicos donde se admite la figura del dictador benevolente. En cierta forma son mecanismos de cierto éxito en las comunidades de desarrollo de Software Libre y que necesitan ser experimentados en otro ámbito, como en este caso la empresa. La idea central es que la toma de decisiones se beneficie de una red distribuida donde es necesario concitar apoyos y convencer al resto de la red. Cuando este sistema fracasa se recurre al dictador benevolente, una persona en la que la comunidad delega la decisión en caso de desavenencia.

Esta idea de conseguir “adeptos a la causa” para mover proyectos dentro de la organización puede tender hacia modelos más democráticos. Por ejemplo, pueden utilizarse sistemas transparentes de valoración de propuestas, donde las propuestas que van adelante son las que más votos reciben. Sin embargo, también hay que ser prudente por cuanto pueden apartar a las minorías. Precisamente el prefijo *pluri* parece la clave de un sistema que tenga en cuenta múltiples opciones al tiempo que requiera de cierto soporte para ellas.

Además, la organización abierta es consciente de que tomar la decisión allí donde ocurren los hechos es síntoma de rapidez. Pero a medida que las organizaciones crecen se generan estructuras de planificación y control que alejan la decisión real del lugar donde se implanta. Al crecer la organización, las personas pierden la visión completa sobre cómo se generan salidas a partir de la transformación de ciertos entrantes (sean físicos o de información). El trabajo se divide, tal como hace muchos años lo propuso Frederick Taylor, con el fin de mejorar la eficiencia. El ciclo PDCA se divide entre varias personas e incluso entre varios departamentos o unidades. Las funciones dividen en puestos de trabajo lo que antes llevaba a cabo el artesano. La fragmentación del trabajo es una realidad.

Frente a este modelo la organización abierta considera que la persona es plenamente responsable de sus decisiones. Nada que pueda ser decidido allí donde ocurren los hechos debe ser trasladado a otro ámbito. Esto requiere, por supuesto, acceso a información de valor, fiable y al momento. Decidir es analizar esa información y actuar. La peor

de las decisiones resulta ser o bien la que no se ha tomado o bien la que se tomara tarde. La subsidiariedad, esa característica del federalismo, debe ser moneda de uso corriente en la empresa abierta. Como explica Charles Handy:

[...] la subsidiariedad exige inteligencia e información en tiempo real, o suficientemente amplia como para que sea posible percibir el conjunto, pero también, lo suficientemente detallada para que se puedan concretar las cuestiones sobre las que hay que tomar decisiones. Con anterioridad al fenómeno del intercambio de datos electrónicos, el mundo empresarial global era una ficción. Ahora bien, si se quiere que la gente ejerza su responsabilidad teniendo en cuenta los intereses del conjunto, tienen que tener, por un lado, la información que les permita hacerlo así y, por otro, la formación y conocimientos suficientes para interpretar dicha información.

Sin duda el caso más interesante para comprender esta nueva forma de gobernanza es el de Mozilla en el desarrollo de su producto Firefox. Te dejamos un archivo con una entrevista Mitchell Baker, directora general de la empresa, y una presentación con un texto añadido de resumen.

- Entrevista Mitchell Baker
- Otra documentación del caso Mozilla

A continuación os proponemos analizar la siguiente presentación que trata de resumir las principales características de Mozilla como organización abierta. Básicamente la idea que traslada es que cinco son las principales características que hacen abierta a esta organización:

Proposición de valor: Firefox (principal producto de esta empresa) es competitivo al mismo tiempo que persigue un propósito social: hacer de Internet un espacio abierto, público y accesible. Este fin está interiorizado plenamente en todas las acciones y decisiones de la organización.

Participación: El 40% del código de Firefox está desarrollado por personas no pertenecientes a la empresa en sí, y lo hacen de manera voluntaria y altruista ¿Cuáles son las claves de esta dinamicidad? Intento presentar evidencias que hablan de variedad de formas de participación, incentivos, recursos creativos, propósito, etc.

Transparencia: Mozilla es una organización intensiva en comunicación. Cuenta con más de 400 blogs que relatan lo que sucede a cada momento en cada uno de los procesos (una vez más, no todos ellos escritos por personas de Mozilla). Además sus directivos también bloguean y es increíblemente transparente con todo lo que tiene que ver con sus decisiones financieras.

Gobernanza: ¿Cómo se organiza la inteligencia colectiva para desarrollar de manera eficaz un producto tan complejo como Firefox? A mí me gusta mucho la frase que utiliza la propia gente de Mozilla cuando se les realiza esta pregunta "Mozilla no es una democracia". En su lugar tenemos otros conceptos organizativos interesantes como subsidiariedad, modularidad, meritocracia o dictador benevolente.

Modelo financiero: Mozilla da gratis su producto así que ¿De dónde provienen los ingresos para soportar su actividad (más de 200 empleados)? Aquí analizamos su acuerdo con google, verdadero sustento de la compañía. Además aprovechamos para hablar de que quizás sea un buen momento para todos de analizar nuevos modelos de ingresos.

<http://www.slideshare.net/dSánchezbote/caso-mozilla-empresa-abierta>

Consecuencia y factor de desarrollo

Hasta ahora hemos expuesto ciertas variables de la sociedad actual que parecen requerir un nuevo modelo de organización, a la que denominamos abierta. Además, hemos aceptado que este tipo de organización puede adoptar múltiples formas, que necesita un propósito y que incluso puede verse suplantada por otras formas de organización entre personas. Por último, hemos expuesto una serie de orientaciones que guiarían su gestión y hemos planteado cómo es la persona -un determinado tipo de persona- el centro de este nuevo modelo.

Todas esas características disponen de un potenciador natural. Se trata de las diversas herramientas de la web social, también denominada web 2.0. Veamos de qué forma esto es así.

La web social como caballo de Troya

Hoy en día la web social se compone de un amplio conjunto de herramientas que usan tanto las personas como las empresas. Si Internet es una realidad que se superpone y acaba fundiéndose con la realidad, las herramientas de la web social son la forma a través de la cual se interactúa en ella. La organización abierta debe sentirse cómoda en este escenario, que no reemplaza a las tradicionales relaciones presenciales entre los diferentes agentes de la cadena de valor, sino que las potencia y complementa. La web social, denominada también web 2.0, supone una evolución natural de Internet en tanto que se lleva a cabo con herramientas más sencillas y a mayor velocidad. Es por ello que suele denominarse como una etapa de democratización en el uso de las tecnologías. No obstante, esto tiene muchos matices.

Es difícil comprender una empresa abierta sin un uso amplio de estas herramientas. Tanto para escuchar, como para conversar o co-crear, la organización necesita moverse con agilidad en este "revoltijo" de miles de opciones. No se trata tanto de las herramientas en sí sino de las actitudes ante esta nueva forma de trabajar que podríamos caracterizar de esta forma:

- Sucede cada vez más en tiempo real
- Fluye por diversos canales que se interconectan

- Transparenta a personas y empresas mediante su identidad de dominio público
- Acelera éxitos y fracasos
- Permite un rastreo más pormenorizado de empresas y personas
- Requiere destrezas digitales y de gestión de la información

Además, en tiempos recientes, estamos asistiendo a la explosión del uso de redes sociales en Internet. Es el caso, por ejemplo, de Facebook como red social estándar, Tuenti entre la población joven, LinkedIn en el mundo profesional o Twitter como gran conversación. Las cifras de usuarios se han disparado a lo largo de 2010. Esta realidad condiciona la forma en que las organizaciones se gestionan. Las fronteras que separan persona y empresa continúan diluyéndose. Y este escenario es el de la organización abierta, una organización que acepta esta realidad y la incorpora a su cultura. Así, es habitual ver a la entidad y a sus personas jugar un papel activo en la web social en general y en las redes sociales en particular.

Cada empresa debe estructurar su conversación en la red y asumir que es -también- una realidad con la que convive. Eso sí, las reglas de juego son diferentes. Internet es un espacio en permanente reconstrucción, donde las normas y leyes del espacio físico a veces se ven sobrepasadas. El ciberespacio se configura como ese lugar donde cada vez más las personas se socializan y las empresas llevan a cabo la mayor parte de las relaciones. La web ha dejado de ser un terreno técnico (seguirá siéndolo en su capa base, por supuesto) para predominar en ella el contenido social.

¿Qué está ocurriendo con las prácticas sociales de uso de Internet y cómo se despliegan dentro de buena parte de las organizaciones actuales? Para nosotros ya son evidentes, pasados los años, dos grandes corrientes:

- La web social "tradicional" se ha visto asaltada por una explosión imparable: las redes sociales en Internet. Con Facebook y Twitter a la cabeza, ahora sí que sí, el uso de Internet ha explotado. Pero Internet para muchísima gente no es tal; es, sobre todo o casi solo, su facebook. Y esto a las organizaciones tradicionales va a ocasionarles muchos dolores de cabeza. Luego me explico.
- La separación entre lo laboral y lo no laboral es imposible cuando hablamos de redes sociales en Internet. En gran parte porque la gran mayoría de las organizaciones han decidido que esas redes sociales en Internet también son su territorio. Aunque en sus prácticas internas haya un buen puñado de organizaciones que prohíben el uso de las redes sociales en Internet, resulta que son ellas mismas las que han puesto su chiringuito -su página en Facebook- también en esos sitios abarrotados de gente.

¿Y por qué decimos que la web social evidencia la (falta de) confianza en las personas por parte de las organizaciones? Porque al permitir o fomentar, están diciéndole a sus trabajadoras/es que adelante, que las reconocen como personas y que hagan en el trabajo, por tanto, lo mismo que hacen con su vida personal. Pero si prohíben, el mensaje de fondo es nefasto: aquí se viene a trabajar (un concepto limitado del trabajo, claro está) y eso quiere decir que ni se te ocurra abrir el twitter.

La separación entre trabajo y no trabajo se complica. Si mi empresa tiene una página en facebook, ¿cómo argumento que mis trabajadores no accedan a ella -ni a cualquier otra- en horario de trabajo? Pues aunque parezca difícil, la ignorancia es osada y hay quien ve el demonio con rabo en las redes sociales en Internet. Así de simple, no hay grandes argumentaciones a colocar sobre la mesa: es convicción personal y actitud beligerante. Es fe en que el planeta se derrumba con el uso de estas tecnologías. Y por supuesto que siempre encontrarán el ejemplo del descerebrado. Entre tantos millones de personas puedes fijarte en lo que quieras. Todo depende del color de cristal con que lo mires.

No es lo mismo una web social con facebook y twitter que sin ellas. Lo queramos o no, tenemos que reinterpretar todo a la luz de las nuevas prácticas sociales. Y no tiene que ver con la tecnología. Los modernos carteles de "aquí se viene a trabajar y no a hablar" son hoy la prohibición de usar facebook y twitter. Las organizaciones clásicas "sufren" un mundo que explota en miles y miles de conversaciones. Un dolor de cabeza insoportable.

Vivimos momentos paradójicos. Al tiempo que las organizaciones desembarcan en las redes sociales en Internet, prohíben usarlas a los trabajadores. Impresionante actitud de (des)confianza. Trabaja, maldito, trabaja. Y no levantes los ojos de lo que estás haciendo, que el mundo está lleno de estímulos lujuriosos. Cierra los ojos y calla. Pero ¡trabaja, joder, trabaja! Como alguien te pille leyendo esto en horario laboral, te la cargas.



ELKARTEKINTZA SAREAN 2.0

Hirugarren Sektoreko Elkarteei Zuzendutako Prestakuntza

**Formación
para Entidades
del Tercer Sector**

MÓDULO 2
SOFTWARE Y LICENCIAS LIBRES



Autor Dani Gutiérrez Porset
Proyecto Elkartekintza
Licencia CC BY-SA
Fecha 28/02/2011 - 07/03/2011



Presentación MÓDULO 2

Software y licencias libres

Dani Gutiérrez nos abre la puerta del segundo modulo formativo en Elkartekintza. De nuevo la reflexión rica y llena de matices, aquí algunas ideas.

Respecto al bloque de software, entendiendo que la mayoría de las personas no tenían un perfil informático, comenzábamos explicando lo que es el software en genérico, hablando de cómo se crean los programas, qué es una licencia (cuestión que en la carrera universitaria [donde imparto clases](#) poco o apenas nada se explica), y vimos por encima qué es y para qué vale un Sistema Operativo.

Metiéndonos en harina, nos movimos al concepto del [Software Libre](#), entrando con la definición jurídica de las cuatro libertades y conociendo que existen distintas licencias. También aprendimos quién es la comunidad que está detrás, y cómo se puede hacer negocio mediante el Software Libre. A continuación, reflexionamos en torno a las "consecuencias políticas" del asunto: qué ventajas hay como usuarios finales, ya en nuestras casas o en nuestras organizaciones, cuál sería el potencial para empresas del sector de TICs así como para la misma Administración pública y, en general, para todo el planeta (bilbaíno y mundial). Terminamos el bloque pensando cómo hacer en la práctica el cambio del software privativo al Software Libre, y cómo podemos contribuir al Software Libre aunque no seamos programadores.

El segundo bloque ha versado sobre contenidos libres, y hemos aprendido la diferencia entre registrar y licenciar, cómo funcionan las licencias [Creative Commons](#) para reutilización, y dónde encontrar en Internet materiales que sean reutilizables.

La primera conclusión que destaco es el factor "descubrimiento" del Software Libre para bastantes de las personas participantes. Y más que como descubrimiento de programas -que también- se descubre que [hay una ética detrás](#), la cual, en coherencia con los valores de unas cuantas organizaciones del tercer sector, ha de implicar una apuesta en favor del cambio gradual hacia tecnologías no privativas (así sean o no gratis).

Entre otras, cuatro han sido las razones de ese desconocimiento:

- El miedo a lo que no conocemos con soltura (los ordenadores en general).
- La costumbre de haber utilizado Windows durante años y años acabando convencidas de que no hay nada más allá.
- El hecho de que el núcleo de las organizaciones son las personas para/con las que trabajan, y no las herramientas que a veces llevan una prioridad baja.
- El poco interés porque parecía que la tecnología era cosa sólo de tecnólogos sin tener consecuencias más allá.



En los distintos foros habilitados para el aprendizaje ha habido una muy buena receptividad y diálogo, e incluso ha salido el interés por dar continuidad práctica a todo este tema del Software Libre más allá del curso. También hay ganas de empezar a licenciar con alguna de [las seis licencias Creative Commons](#).

Las organizaciones participantes han sido variadas. Muchas o todas ellas trabajan en el día a día para generar riqueza social, esa que no es aparentemente lucrativa en términos monetarios, pero que es imprescindible. Y aunque creo que no había ninguna ecologista, como excusa para la despedida dejo un video de gran calidad creativa sobre el cambio climático y la necesidad de trabajar en red, usando las TICs y en especial las herramientas libres como medio para interconectar el enjambre de actrices y actores por un mundo nuevo que respete los derechos de la madre tierra y de todos los seres humanos.

MÓDULO 2

SOFTWARE Y LICENCIAS LIBRES

43 Qué es el software y qué es una licencia

- 43 Definición de software
- 43 ¿Cómo se crea un programa? ¿Cómo se puede cambiar?
- 44 ¿Qué es un Sistema Operativo?
- 44 ¿Qué es la licencia de un programa?

45 Qué es el Software Libre y quién está detrás

- 45 Definición de Software Libre
- 45 Tipos de licencia
- 46 La comunidad del Software Libre
- 46 Software Libre y negocio
- 46 Algunos ejemplos de venta de servicios en base al Software Libre

47 Cuáles son las ventajas y los valores del Software Libre

- 47 Ventajas para la ciudadanía, el usuario final, el cliente
- 47 Ventajas para las Administraciones Públicas
- 48 Ventajas para el sector profesional de las TICs
- 48 Ventajas para todos y todas

48 Qué se puede hacer con Software Libre

- 48 Dispositivos en los que se usa Software Libre
- 48 Software Libre en los superordenadores mundiales
- 49 Usos prácticos del Software Libre en nuestro día a día
- 49 ¿Y cómo movernos del software privativo al Software Libre?

50 Contenidos libres

- 50 Contenidos digitalizables y no digitalizables

50 Registrar y Licenciar. Tipos de licencia

- 50 Registrar y licenciar
- 51 Tipos de licencias
- 51 Cómo y dónde encontrar materiales que se puedan reutilizar

Qué es el software y qué es una licencia

Definición de software

Software o "Programa informático" es un conjunto de órdenes que puede interpretar y ejecutar un ordenador o, más en general, un dispositivo electrónico (ej. teléfono móvil, televisión, disco multimedia para ver películas, lector de billetes del metro...).

Hay miles o millones de programas. Algunas familias que puedes conocer son:

- De ofimática, ej. Open Office o Microsoft Office.
- De dibujo, ej. Gimp, Photoshop.
- De Internet, ej. Firefox.
- Juegos de consola, ej. Playstation.
- Etc.

¿Cómo se crea un programa? ¿Cómo se puede cambiar?

Existen dos fases:

1) **La escritura inicial de su código fuente:** Los programas son creados por personas humanas, las cuales emplean una escritura basada en lenguajes específicos para ordenadores. Hay muchos lenguajes de programación, de forma semejante a la existencia de lenguas humanas. Los ordenadores no saben crear o alterar códigos fuente; es semejante a pretender que un ordenador fuera "creativo", en el sentido de pintar un cuadro o escribir una novela sin presencia humana ninguna. Un ejemplo de programa que muestra por pantalla una frase es el siguiente, en un lenguaje llamado "C" es el siguiente:

```
#include <stdio.h>
int main (void)
{ printf ("%s","Kaixo, mundu!\n"); }
```

Este conjunto de líneas se denomina "código fuente". Pero el código fuente de un programa aún no "funciona" en un ordenador, ha de ser traducido.

2) **Del código fuente al código ejecutable:** una vez de que el código fuente está escrito, pasa por un proceso de traducción a otro lenguaje inteligible para los ordenadores. Dicha traducción se hace -valga la redundancia- con otro programa (llamado "compilador" o "intérprete"). Esta segunda forma del programa se denomina "código binario" o "código ejecutable", y no es comprensible ni modificable para los humanos. Es prácticamente imposible hacer el camino inverso, esto es, partiendo del código binario obtener el código fuente.

Para comprender mejor todo esto, se suele emplear el símil de hacer un pastel:

- Programador = Cocinero.
- Código fuente = receta, escrita en el lenguaje comprensible por el cocinero.

- Traducción = una vez de que se mete al horno y se va haciendo.
- Código ejecutable = pastel. A partir de éste se puede intuir la receta, pero no conocerla con exactitud, ej. todos sus ingredientes, o las proporciones de éstos.

¿Qué es la licencia de un programa? A veces se tiene un programa ejecutable y surge la necesidad de modificarlo, ej. corregir un error, hacer que tenga nuevas capacidades, traducirlo a euskera... Para alterar un programa hay dos condiciones necesarias: que se disponga de su código fuente y que haya un(os) programador(es) que conozcan el lenguaje de su código fuente. Pero estas condiciones no son suficientes, como se verá más adelante.

¿Qué es un Sistema Operativo?

Es un programa especial que vale justamente para hacer que otros programas puedan "correr" o ejecutarse en un dispositivo electrónico. El Sistema Operativo se encarga de "hablar" con el hardware: el disco duro del ordenador, la antena del móvil, la memoria RAM, etc. Algunos ejemplos de sistemas operativos son:

- Microsoft Windows XP, Windows Vista, Windows 7.
- GNU/Linux en alguna de sus variantes, ej. Ubuntu.
- Android, el Sistema Operativo de Google para teléfonos móviles.
- Mac OS/X de la casa Apple.

¿Qué es la licencia de un programa?

El autor de un programa, esto es, el programador o la empresa para la que trabaja, tiene la potestad de definir una licencia para su obra, la cual delimita los derechos (o libertades), y las obligaciones sobre la misma. Ejemplos:

- Eres libre de usar el programa de forma gratuita hasta 50 días, después no.
- Estás obligada a usar el programa en territorio de Estados Unidos.
- Puedes hacer un máximo de 2 copias del programa siempre que demuestres que lo has comprado.

Una licencia se define mediante unos textos análogos a los anteriores, los cuales aparecen en el código fuente y también en código ejecutable. En este segundo la licencia suele encontrarse bien en el soporte físico que almacena el programa (ej. carátula del CD), bien en un papel aparte, o bien se nos muestra cuando instalamos el programa. Es la típica pantalla con textos jurídicos en letra pequeña y que cuando nos preguntan si estamos de acuerdo, decimos que sí sin pararnos a leer lo escrito.

¿Hay que respetar una licencia? La respuesta inicial es afirmativa en la medida que nos gusta que respeten los acuerdos que podemos establecer como autores.

Pero quizás podría haber casos extremos en los que sería razonable una “insumisión”, ej. “Este programa que permite analizar muestras de una enfermedad sólo lo pueden utilizar quienes lo hayan comprado, por mucho que usted pertenezca a un grupo sin recursos económicos” o “No se permite el uso de tal software en países del llamado eje del mal”.

¿Puedes tener problemas si desobedeces la licencia de un programa? Depende: quizás a tu casa no vaya nunca un inspector, pero si se trata de tu organización (asociación, empresa) puede que sí. Por tanto, una tercera condición para poder alterar un programa sería, además de las dos mencionadas, que la licencia lo permita. Por mucho que tengamos el código fuente y que haya una persona experta en su lenguaje, puede que la licencia afirme algo como “El código fuente suministrado se puede estudiar, pero no se permite alterar el mismo de modo que se obtengan variantes del programa fuera del control de quien ostenta su propiedad”.

Qué es el Software Libre y quién está detrás

Definición de Software Libre

Un software o programa se dice que es libre cuando su licencia cumple estas cuatro libertades:

- **Libertad 0: Usar el programa** con cualquier propósito. Ej. si dices que tu programa no puede ser usado en algún país, o que no lo puede usar un grupo social determinado (ej. eres un programador pacifista y te niegas a que se emplee para usos militares), o bien se indica que sólo puede ser instalado en un único ordenador (aunque lo compres y en tu casa tengas más de uno), ya no sería libre.
- **Libertad 1: Acceso al código fuente y libertad de cambios** al mismo. De este modo, tendríamos la potestad para modificar el programa sin tener que depender del fabricante.
- **Libertad 2: Copia del programa.** Así podremos facilitarlo a cualquiera, a pesar de que no pueda permitirse el pago de una licencia.
- **Libertad 3: Hacer mejoras y distribuirlas.** De esta forma, hay un enriquecimiento colectivo global. Ejemplo: las mejoras que hagan a un programa en un país, van a poder ser disfrutadas en otros países y además sin coste alguno.

Tipos de licencia

Se dice que una licencia es de tipo “copyleft” cuando dicha licencia exige que las versiones derivadas del producto original, también mantengan las cláusulas de libertad que el original ofrecía. Se habla así de “licencias víricas” en el sentido de que el carácter libre del original tendrá un efecto multiplicativo en el futuro.

Las licencias libres más famosas son las siguientes:

- GPL: un programa con esta licencia permite las cuatro libertades del Software Libre, y además es copyleft (las variantes de los programas también han de cumplir las cuatro libertades)
- BSD: semejante a la GPL, pero no es copyleft.
- Dominio público ("Public domain" en inglés): se deja el programa o la obra tal cual para lo que se quiera, sin establecerse ningún tipo de obligación, ni tan siquiera referente a libertades.

La comunidad del Software Libre

La comunidad de Software Libre está formada por todas las personas y grupos que, de forma voluntaria o profesional, está en torno a sus productos y servicios:

- Colectivos e individuos voluntarios
- Entidades públicas
- Empresas

Software Libre y negocio

¿Es el Software Libre algo gratis? La mayoría del software privativo es de pago, pero también alguno es gratis (ej. Adobe Reader). En el caso Software Libre, lo que es el programa sólo se puede vender con "seguridad de cobrar por ello" una única vez, ya que el comprador tiene la libertad de hacer copias y podría ej. regalar el programa una vez de que lo compre la primera vez. Por eso el Software Libre basa su modelo de negocio en la venta no de un producto sino de servicios. Y en consecuencia, si alguien se dedica a obtener beneficio en base a la venta repetida de un programa sin aportar modificación al mismo ni servicio alguno, un modelo de negocio basado en Software Libre sería inadecuado.

Algunos ejemplos de venta de servicios en base al Software Libre

Como ejemplos, podría haber una transferencia financiera a cambio de los siguientes servicios:

- Alguien te da una clase acerca de qué es el Software Libre.
- Alguien te instala en tu ordenador un programa libre que apenas conoces y que vale para ej. componer música, lo conecta a un piano electrónico que tenías, lo configura, y además te explica cómo funciona.

- Hay un teléfono 900 al que puedes llamar si tienes cualquier problema con tu ordenador en el que hay instalado un Sistema Operativo libre (ej. Ubuntu), de modo que un técnico se desplaza a tu organización para solucionártelo.
- Tienes un programa libre en castellano y quieres que un programador te lo traduzca a euskera.
- En una empresa A se desea hacer un programa desde cero, y se contrata a otra empresa B de informática de modo que una vez de que B entrega y cobra el programa a A, ésta puede hacer con el programa lo que quiera, sin depender en adelante de B.
- Hay un programa libre al que se le quieren añadir dos funcionalidades que se necesitan.

¿Hay empresas que vivan del Software Libre? Sí. A nivel local está ESLE, la asociación de empresas de Software Libre de Euskadi, formada por unas 35 empresas más bien pequeñas (menos de 10 personas empleadas).

Cuáles son las ventajas y los valores del Software Libre

Ventajas para la ciudadanía, el usuario final, el cliente

- Se acaba con problemas legales debidos a copias no autorizadas.
- Se puede [encargar] hacer cambios y mejoras, y todos los programas pueden estar traducidos a lenguas locales.
- No hace falta andar con programas de tipo “crackers” para desproteger los programas que requieren (ej. un número de licencia).
- Tenemos disponibles de forma gratuita las herramientas básicas como son el sistema operativo, un procesador de textos, una hoja de cálculo, etc.
- Si se usa el Sistema Operativo GNU/Linux, a día de hoy no hay virus y por tanto no se requiere tener programas antivirus/antimalware.

Ventajas para las Administraciones Públicas

Se hace un uso más racional de los recursos públicos, al elegirse la opción más económica (con calidad suficiente) y hacerse una inversión a largo plazo.

- Se realiza un cambio económico en favor de la comunidad local: Sin Software Libre hay gasto en licencias y ese dinero se va al extranjero. Con Software Libre, se hace una inversión en servicios para el sector local de las TICs.
- Hay una mayor transparencia en los programas porque son “auditables”, es decir, personas expertas podrían revisar su código fuente para saber realmente lo que hacen. ¿Te imaginas un programa para gestionar unas elecciones, y que ese programa no pueda saber nadie cómo funciona por dentro porque su código no está disponible?

Ventajas para el sector profesional de las TICs

- Todo el código fuente está disponible, con lo que hay una fuente de conocimiento tanto para quienes estudian ej. Informática.
- Hay una oportunidad para montar negocios aunque se tengan pocos recursos, ya que existen piezas que están disponibles para ser reutilizadas y cuestan poco o nada.

Ventajas para todos y todas

- Se eliminan dependencias y monopolios hacia fabricantes de los que es muy difícil salir.
- No se paga por la licencia, sólo por los servicios. De este modo estamos dando oportunidades de empleo local, en lugar de enviar el dinero a multinacionales que se enriquecen a veces excesivamente.
- La distribución de la riqueza global es más horizontal.
- Se va creando un corpus de software patrimonio de la humanidad.
- Ofrece más potencial de mejora que el software privativo, porque el código fuente está ahí para que sea mejorado de generación en generación.

Qué se puede hacer con Software Libre

Dispositivos en los que se usa Software Libre

Se explicó al principio del módulo que un ejemplo de programa es el Sistema Operativo, encargado de “hablar” con los dispositivos sobre los que se ejecuta. Pues bien, el Sistema Operativo libre GNU/Linux se puede ejecutar en un montón de dispositivos que podemos ver con facilidad:

- Un disco de películas multimedia
- Una televisión plana
- Un teléfono móvil
- La pantalla de video del asiento de un avión
- Un teléfono de oficina

Software Libre en los superordenadores mundiales

El equipo de personas de top500 publica al año dos estadísticas con los 500 ordenadores más potentes del planeta. Sus usos son variados: biología y medicina, cálculos financieros, geofísica, medicina, predicción climática, películas, etc.

Si vas a la zona de listados de top500.org podrás ver que en la lista de noviembre de 2011, seleccionando en "Statistics type" la opción "Operating system family", comprobarás que el Sistema Operativo Linux gana por abrumadora mayoría.

Usos prácticos del Software Libre en nuestro día a día

Hasta ahora has visto unos cuantos ejemplos de uso de Software Libre, pero quizás no son tan próximos a la realización de tareas para las que usamos un ordenador a diario. Todos los que ves a continuación son libres, y funcionan tanto en el Sistema Operativo Windows como en el Linux: LibreOffice, VLC, Clementine, Gimp, Inkscape, Scribus, Firefox, Thunderbird.

Algunos programas pueden tener tantas o más capacidades como sus alternativas privadas. Así, el LibreOffice nos permite además de editar documentos de texto, hojas de cálculo, presentaciones... generar PDFs a partir de los anteriores, e incluso editar (modificar) PDFs.

¿Y cómo movernos del software privativo al Software Libre?

La mayoría de la gente usamos Windows pero no GNU/Linux. ¿Cómo hacer un camino del software privativo al Software Libre "sin traumas"? Algunas pistas pueden ser:

- **Comprender y Creer:** entiende el por qué y las ventajas de hacer una opción seria por el Software Libre. Quizás no sea cosa de dos días, pero lo importante es tener claro el horizonte e ir dando pasos. No vamos a acabar con el cambio climático por andar más en bicicleta y menos en coche, pero las pequeñas actitudes individuales son ya un cambio.
- **En Windows, pero menos privativamente:** en general un programa para Windows no funciona en Linux, y viceversa. Pero sí hay programas que funcionan en ambos y que además son libres. Puedes instalártelos e ir usándolos poco a poco.
- **El paso a GNU/Linux:** se considera que te habrás pasado del todo a Software Libre cuando también tu Sistema Operativo sea libre.

Los únicos problemas con los que a veces nos encontramos son:

- Existe hardware (ej. scanners) que está diseñado para funcionar sólo con Windows. Un ejemplo más de dependencia tecnológica.
- Existen programas que sólo funcionan en Windows. Según cuáles sean, hay maneras de hacer que funcionen también con Linux.

Hoy en día existen versiones de GNU/Linux muy sencillas de usar y que funcionan realmente bien, como por ejemplo Kubuntu. Para esto:

- Tienes mucha información en Internet que explica cómo instalar y usar Kubuntu.

- Hay formas para tener Linux y Windows a la vez.
- Quizás puedas pedir ayuda a alguna amistad o algún grupo local de Software Libre.
- También puedes contratar los servicios de algún profesional para dar el paso. Plan-téate “invertir socialmente” todo o una parte de lo que te vas a ahorrar en licencias de software privativo. Además, si también pagas por su tiempo a un fontanero o un electricista van a tu organización, esto tendría que ser algo semejante.

Contenidos libres

Contenidos digitalizables y no digitalizables

Existen contenidos creativos que, por su naturaleza, su información es digitalizable de modo que se pueden:

- Convertir a “bits” sin perder nada de información. Es mejor escuchar a un artista musical en directo, pero oír su grabación en CD tiene una calidad más que aceptable.
- Almacenar en soportes digitales de bajo precio, ej. en CDs, pendrives USBs, discos portables.
- Transmitir (ej. por Internet) de forma sencilla y barata.

Algunos de estos contenidos son:

- Texto: informes, novelas, artículos...
- Imagen: fotografías, dibujos
- Sonido: canciones, entrevistas grabadas...
- Video: películas
- Otros: tipografías
- Programas informáticos

Por contra, otros contenidos creativos no son digitalizables, ej. un cuadro, una escultura o una obra de arte. Es cierto que podríamos fotografiarlos, pero ya se ha perdido parte de su información porque hay un cambio cualitativo de la obra original a la copia digitalizada.

Registrar y Licenciar. Tipos de licencia

Registrar y licenciar

Es importante distinguir entre:

- **Registrar**: proceso por el cual un autor da constancia de que es el creador de la obra. Esto se puede hacer acudiendo a una entidad que se dedique a ello, ej. SGAE para música, o bien hacerlo mediante la web de safecreative.

- **Licenciar:** especificación de derechos, libertades y obligaciones sobre la obra. Esto se puede hacer indicándola de alguna manera en la obra o en algún elemento que la acompañe. Ej: si es un documento, escribiendo en alguna página el texto de la licencia. En el caso de usar una Creative Commons, es suficiente con indicar el logotipo o CC, junto con la licencia elegida y la versión.

Tipos de licencias

Dejando aparte el software, para el que existen algunas licencias específicas, para el resto de contenidos digitales (textos, fotos, música, etc.) hay básicamente tres familias de licencias: Copyright, Creative Commons y Public domain.

Respecto a las Creative Commons, ya se trataron en el módulo anterior, dentro del "Factor conocimiento". Por recordar un poco, se trata de 6 licencias que se pensaron precisamente para la libertad de reutilización, pero no de cualquier manera sino combinando cuatro restricciones:

- La cita al autor original (cláusula BY = Por). Esta condición es siempre obligatoria.
- La distinción de que la obra se va a reutilizar con fines comerciales o no (cláusula NC = No comercial).
- Según haya intención de hacer obras a partir de modificaciones de la original (ND = No derivaciones)
- Si la obra derivada tiene obligación de mantener la licencia de la obra original (SA = "Share Alike" = Compartir por igual).

La fuerza de las Creative Commons está en que sus textos han sido redactados y revisados por juristas expertos de todo el mundo. Tú también puedes contribuir a reforzarlas mediante su difusión. ¿Cómo? sin más que usándolas en las obras que elaboréis en tu organización o a nivel personal.

Cómo y dónde encontrar materiales que se puedan reutilizar

Para poder reutilizar un material hemos de consultar si su licencia lo permite:

- Si es copyright no está permitido, salvo que se llegue a un acuerdo especial con su autor.
- En el caso de las Creative Commons, éstas se pensaron precisamente para la reutilización, pero pueden establecer algunas restricciones.
- En el caso de una licencia de dominio público, hay libertad total.

Algunos lugares donde puedes encontrar materiales reutilizables son:

- **Fotografías:** Flickr ofrece una opción para distinguir entre la licencia de las fotos. Como está en la zona de "búsqueda avanzada" y puede ser algo incómodo, aquí tienes otra dirección que justo filtra todas las fotos de flickr mostrando únicamente las que tengan licencias Creative Commons: <http://flickrcc.bluemountains.net>

- **Imágenes vectoriales:** son aquellas que aunque las hagamos más grandes mantienen su calidad, es decir, ej. no se ven pixeladas como cuando agrandas una foto: <http://openclipart.org/>
- Imágenes, sonidos y videos: <http://commons.wikimedia.org/>
- Todo tipo de contenidos digitales: <http://www.archive.org/>

En cualquier caso, recuerda siempre: gratis no es igual que libre.



ELKARTEKINTZA SAREAN 2.0

Hirugarren Sektoreko Elkarteei Zuzendutako Prestakuntza

Formación para Entidades del Tercer Sector

MÓDULO 3 URBANIDAD Y CIUDADANÍA DIGITAL



Autor Lorena Fernández
Proyecto Elkartekintza
Licencia CC BY-SA
Fecha 07/03/2011 - 14/03/2011



Presentación MÓDULO 3 **Urbanidad y ciudadanía digital**

Nuevos post firmado por [Lorena Fernandez](#) dónde nos cuenta parte del trabajo realizado durante la pasada semana en la formación Elkartekintza para entidades del tercer sector en Euskadi.

Los debates en el foro de este módulo han sido tan ricos, que este post va a ser una síntesis de lo allí tratado.

De cara a trabajar la identidad digital de nuestras organizaciones, lo más apropiado es inicialmente determinar a quién nos queremos dirigir (acotar nuestra audiencia). Siempre tendremos la tentación de hacerlo al mundo mundial, pero hay que ser realistas y focalizar nuestros esfuerzos. Koro nos ponía el mejor de los ejemplos: "si hablas sobre detergentes olvídate de la gente que ni siquiera tiene lavadora". Y aún más importante: responder el para qué. Porque no podemos permitir que las herramientas se conviertan en un fin en vez de ser un medio.

Tras esto, toca analizar en qué plataformas/espacios están esas personas. Es mejor participar en pocos sitios pero de una manera intensiva, no dejando una sensación de abandono o contestador automático que lo único que hace es repetir sus soflamas. Y si es importante participar, aún lo es más escuchar. Puede ser incluso una práctica ideal de inicio para encontrar a nuestros compañeros de viaje cibernético.

Si diseñamos una estrategia de participación en esas plataformas, teniendo en cuenta la "etiqueta" y lenguaje que funciona para cada una, tocará también establecer una serie de métricas sociales (recalco lo de sociales, porque muchas veces prevalece la falsa creencia de que los números redondos son los mejores indicadores y que "más significa mejor") para ver nuestros avances o retrocesos.



Fotografía Mallix CC [by-nc-nd]

En cuanto a nuestra identidad digital, dejamos en evidencia que todos/as contamos con una (desperdigada en multitud de pedacitos o espacios en Internet). Otra cosa es que seamos conscientes de ello. Y aún más: que nos demos cuenta de que esa identidad digital no sólo la estamos construyendo nosotros, sino también nuestro entorno. Ya lo decía Zigmunt Bauman (y no hablaba de Internet): "La construcción de identidad implica el triple desafío (y riesgo) de confiar en uno mismo, en otros y también en la sociedad."

¿Cambio sociológico o cambio tecnológico?

Todos coincidimos en que el éxito de plataformas como Facebook, Tuenti o Twitter viene propiciado por un cambio social y comunicacional (entrando en ocasiones en el debate de si es antes el huevo o la gallina). Pero también vemos claro que tienen sus días contados y otras "killer applications" darán su reino por acabado. Las redes sociales no son un invento que haya surgido al amparo de Internet. Siempre han existido, sólo que ahora se ha incrementado el tamaño de las mismas gracias a las herramientas. Como decía [Genís Roca](#), Internet "es como un superpoder" que permite ampliar las capacidades de los seres humanos. La cuestión está en quién tiene ese superpoder, quién quiere este poder y quién puede tener este superpoder.

Miedos

La incertidumbre que nos genera lo que no podemos controlar, normalmente nos paraliza. El ser humano por naturaleza necesita gobernar lo que hace, entender lo que le rodea. Tendemos a asimilar lo desconocido como un peligro potencial en vez de hacerlo como una oportunidad. Es por esto, que las nuevas tecnologías nos provocan una serie de miedos que tendremos que aprender a controlar: la celeridad con la que cambian (muy típica también de la sociedad en la que vivimos), la privacidad, las condiciones de uso (o abuso) de algunas plataformas...

El otro día leía en una [presentación](#) muy acertada lo siguiente:

"Como personas, ciudadanos, podemos elegir:

- *Vivir en la Red (residentes digitales)*
- *Visitar la Red (visitantes digitales)*
- *Incluso ignorar la Red*

Pero como padres, formadores, docentes... tenemos la responsabilidad de conocer, puesto que vamos a educar para vivir en la Red"

¿Puede el Ciberactivismo cambiar el mundo?

Con esta pregunta, [Raúl](#) nos tiraba de la lengua. Así que debatimos también el exagerado papel que, desde los medios de comunicación tradicionales, se atribuye estos días a las redes en cambios sociales y revoluciones populares. ¿Han encendido la mecha o simplemente han ayudado a propagarla en situaciones muy concretas? Dos fueron los artículos que saltaron a la palestra: "[Ni Facebook, ni Twitter: son los fusiles](#)" y "[Twitter se suma a los grandes iconos revolucionarios](#)".

¡Nos seguimos leyendo!

MÓDULO 3

URBANIDAD Y CIUDADANÍA DIGITAL

58 Redes Sociales Virtuales

- 58 Definición y un poco de historia
- 60 Las relaciones entre las personas
- 61 La expansión de las redes sociales virtuales
- 63 Tipos de Redes Sociales
- 63 Redes sociales verticales
- 63 Redes sociales horizontales
- 64 Blended Networking
- 64 Twitter
- 64 Qué es el microblogging?
- 64 ¿Qué es Twitter?
- 65 Usos de Twitter
- 67 Facebook
- 67 Los perfiles
- 67 Las páginas
- 68 Los grupos
- 69 Tuenti
- 70 Partes del tuenti
- 70 LinkedIn
- 71 Las reglas con las que jugamos en las redes sociales

73 Escuchar qué se está diciendo de nosotros

- 73 Herramientas para escuchar

75 Definir estrategias

- 75 Trabajando nuestra Identidad digital
- 76 Segmentando. ¿Qué plataformas nos interesan?
- 78 Más no siempre es mejor. Concepto de la localización dentro de la globalidad

79 Métricas

- 79 Métricas de seguimiento y comprobación de objetivos
- 81 Aplicando el módulo en tu organización

Redes sociales virtuales

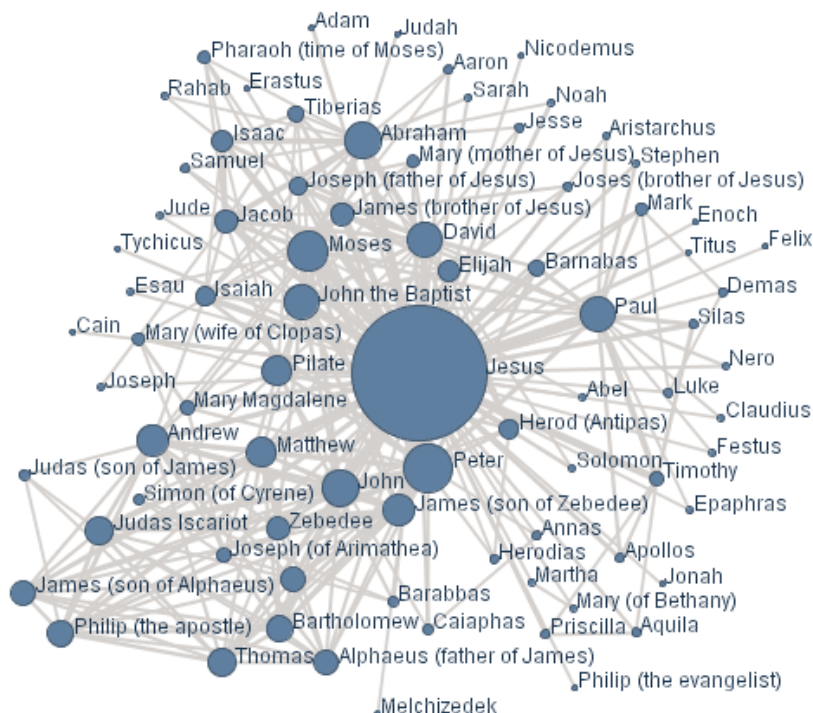
Definición y un poco de historia

¿Qué es una red social virtual? Aunque podamos pensar de primeras que son ordenadores conectados, que la palabra virtual no nos lleve a engaño: son personas que establecen **relaciones** usando esos ordenadores u otros dispositivos. Esas relaciones pueden estar motivadas por una afición en común, un vínculo ya existente en la vida “off-line”, el mundo laboral, las mismas necesidades o problemáticas... Todo gira en torno a nuestro **perfil** (privado o público), en el que configuramos nuestra identidad digital (avatar, datos personales...), el **material** que generamos y con quién lo **compartimos**.

- **Wikipedia:** Estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos en el cual los nodos representan individuos (a veces denominados actores) y las aristas relaciones entre ellos.
- **Exploradores Electrónicos:** Cuando una red distribuida o un cluster de personas comparten además una identidad hablamos de comunidad.

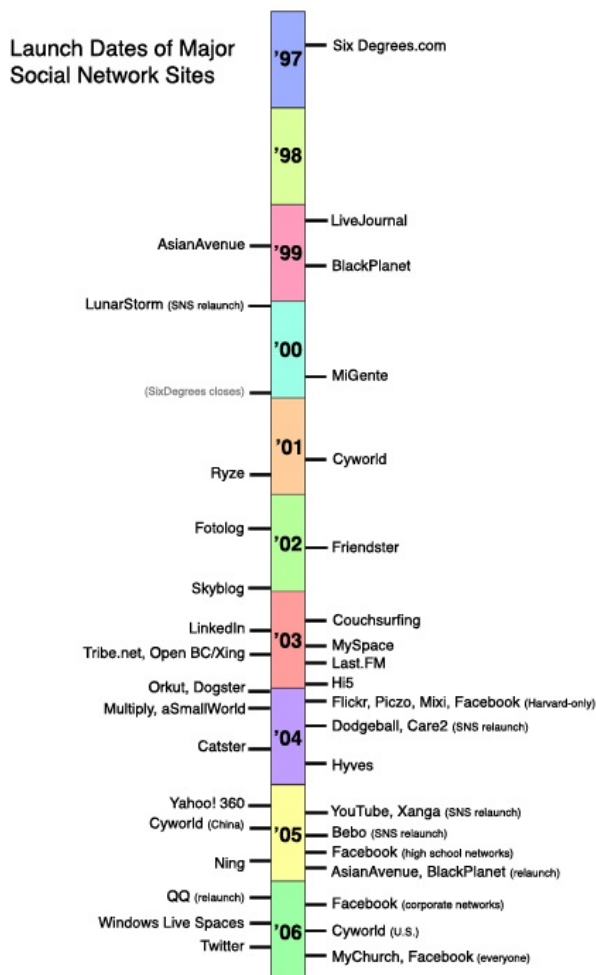
Aunque ahora estén tan en boga, no se trata de un nuevo invento. En la prehistoria, las personas ya se agrupaban para ir a cazar, recolectar bayas, ... Podemos decir que fueron las primeras redes sociales de la Historia una vez se hicieron con la pieza clave: no estoy hablando del fuego, sino del lenguaje.

Hasta Jesús tenía su **propia red social:**



Sin embargo, ahora, la tecnología nos permite romper dos limitaciones clave: el **tiempo y la distancia**. Hace unos años era imposible mantener relación con personas que residían físicamente en otro lugar. Es por esto que Internet va ganando terreno, dado que los tiempos se reducen y las respuestas son más inmediatas. De hecho, el futuro está viniendo ya de la mano de los dispositivos móviles, desde los que acceder a la información de manera rápida y desde cualquier lugar. A la telefonía le costó 75 años conseguir 50 millones de usuarios. A Internet sólo le ha llevado cinco.

La primera red social virtual conocida se creó en 1997: SixDegrees.com. Su propósito era ayudar a las personas a conectarse para enviar mensajes a otros. En el 2000 se cerró el servicio. A partir de ahí, empezaron a crecer como setas:



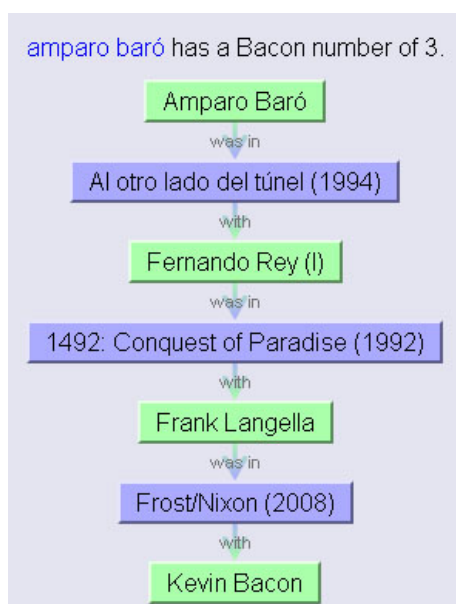
[Vídeo] [Las redes sociales explicadas de una manera sencilla](#)

[Vídeo] [Us Now - documental sobre historias en las redes sociales](#)

Las relaciones entre las personas

Ya en 1929, el escritor Frigyes Karinthy planteó en su obra *Chains* la teoría de los [seis grados de separación](#). Más tarde, en la década de los 50 fue propuesta como teoría matemática por Ithiel de Sola Pool (MIT) y Manfred Kochen (IBM). Ésta expone que una persona puede estar conectada con cualquier otra del planeta a través de una cadena de conocidos de no más de seis enlaces. Ahora, este número se reduce gracias a lo fácil que resulta establecer contacto con personas alejadas físicamente y de una manera asíncrona. De hecho, en EEUU existe la patente *six degrees patent* por la que ya han pagado plataformas como LinkedIn.

Tenemos una versión más cinematográfica protagonizada por Kevin Bacon. En [The Oracle of Bacon](#), una web creada por la Universidad de Virginia que se alimenta de la [IMDb](#) (The Internet Movie Database), podemos buscar a cuántos saltos se encuentra un actor/actriz de Kevin. Si hacemos la prueba, por ejemplo, con Amparo Baró (la incombustible Sole de Siete Vidas que repartía galletas a diestro y siniestro), vemos que tiene solamente un número Bacon 3:



El experimento se basa en el [número de Erdős](#). Erdős era un famoso matemático húngaro que escribió cerca de 1500 artículos matemáticos en los que trabajó con otros matemáticos. Así que se estableció ese número en base a las colaboraciones: si habías escrito un paper con él, tenías un número Erdős 1. Si habías escrito un paper con alguien que había escrito un paper con Erdős, tenías un número Erdős 2, ... y así sucesivamente. El dato más llamativo es que el 90% de los matemáticos del mundo tiene un número Erdős inferior a 8. Y parece una auténtica frikada, pero se han llegado a pagar en eBay \$127.40 USD por la colaboración con un número Erdős 2.

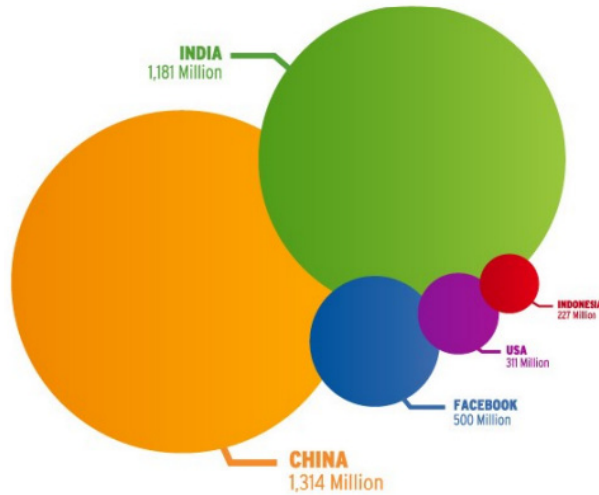
Echando un vistazo a la teoría de la redes sociales, encontramos unos cuantos conceptos interesantes:

- **La inteligencia colectiva:** es aquella inteligencia distribuida, que no reside en un único nodo (la fuerza del grupo frente al individuo). Internet es el lugar ideal para cultivarla. Ya nos lo dijo el sociólogo Pierre Lévy: *"Nadie sabe todo. Todos sabemos algo. Todo el conocimiento reside en las redes"*. De generación en generación se ha ido transmitiendo esa inteligencia. Ahora, gracias a las TIC, se puede almacenar y buscar de una forma más fácil y rápida. Ejemplo de esto: [Francis Galton](#), un antropólogo inglés, realizó un particular experimento en 1906. En una feria ganadera en el Reino Unido, les propuso a los asistentes de la misma (desde carniceros y ganaderos expertos a visitantes casuales), que escribiesen en un papel el peso de uno de los bueyes expuestos. Al terminar la misma, se recogieron los resultados y, curiosamente, la estimación más acertada no era de un visitante en particular, sino de todos, ya que la media de los pesos que habían escrito no difería del peso real del animal más que por medio kilo. ¡Pero cuidado! Que no todas las masas son sabias (por ejemplo, si hay una crisis, el efecto masa empeora la situación al dejar de consumir). [James Surowiecki](#), un periodista americano, argumenta que la inteligencia colectiva falla cuando los miembros son demasiado conscientes de las opiniones de los demás y comienzan a emularse los unos a los otros en vez de pensar por sí mismos.
- **El número de Dunbar:** En 1992, Robin Dunbar, un antropólogo británico especializado en el comportamiento de los primates, llegó a la conclusión de que el poder cognitivo del cerebro limita el tamaño de la red social estable que un individuo puede mantener. Extrapolando los tamaños del cerebro y las redes sociales de los monos, Dunbar sugirió que el ser humano puede tener redes estables de alrededor de 148 contactos. Redondeado a 150, esto se conoce como "el número de Dunbar". El investigador Cameron Marlon, académico del MIT, indica que el número medio de contactos en sitios como Facebook es de 120 y que las mujeres tienden a tener más que los hombres. Sin embargo, el número de amigos con los que realmente se interactúa es bastante más inferior: siete en el caso de los hombres, y diez en el de las mujeres. Sólo con este número reducido se mantienen conversaciones bidireccionales. Por tanto, las redes sociales confirman el número de Dunbar a la hora de establecer contactos, pero no de una forma estable sino, más bien, como contactos casuales, sin una interacción persistente. [Nota de Facebook Team](#) en la que también se muestra que un usuario de Facebook tiene un promedio de 120 contactos pero se comunica con un subconjunto muy reducido, por lo que incita a mantener *lazos débiles* (relaciones ocasionales)

La expansión de las redes sociales virtuales

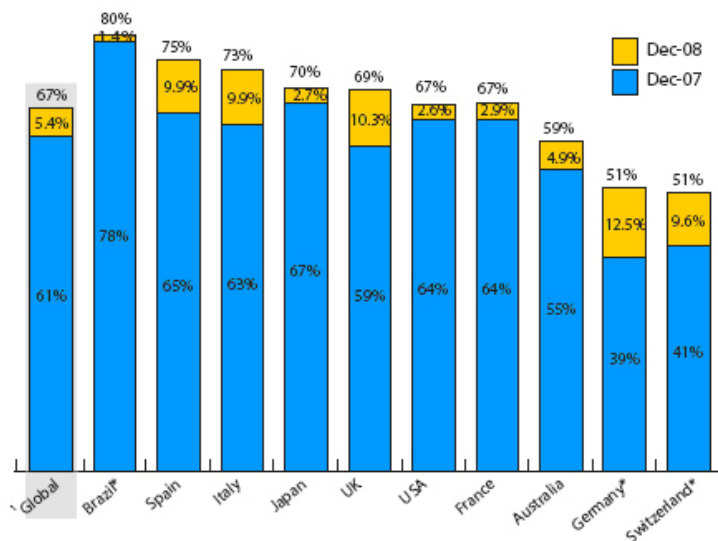
Según un [estudio de la consultora Nielsen](#), experta en medición de mercados, dos tercios de la población "conectada" visita redes sociales y blogs (análisis realizado entre Diciembre 2007 y Diciembre 2008). Apunta además, que, a pesar de que las redes sociales emergieron entre una audiencia joven, se están popularizando al resto de público. Este cambio ha sido impulsado principalmente por plataformas como Face-

book, cuyo mayor crecimiento en 2008 ha venido de la mano de personas con edades comprendidas entre los 35 y 49 años (24,1 millones). Sólo tardó cinco semanas en pasar del hito de los 150 millones de usuarios a los 175 y sigue creciendo a un ritmo de 600.000 por día. Si fuese un país, sería ya el tercero más poblado.



Incluso algunos analistas como Ross Sandler (RBC Capital Markets) se aventuraron a augurar que **Facebook podría superar a Google en visitas en unos años**. Algunos le tildaron de loco. En 2010 lo **consiguió**.

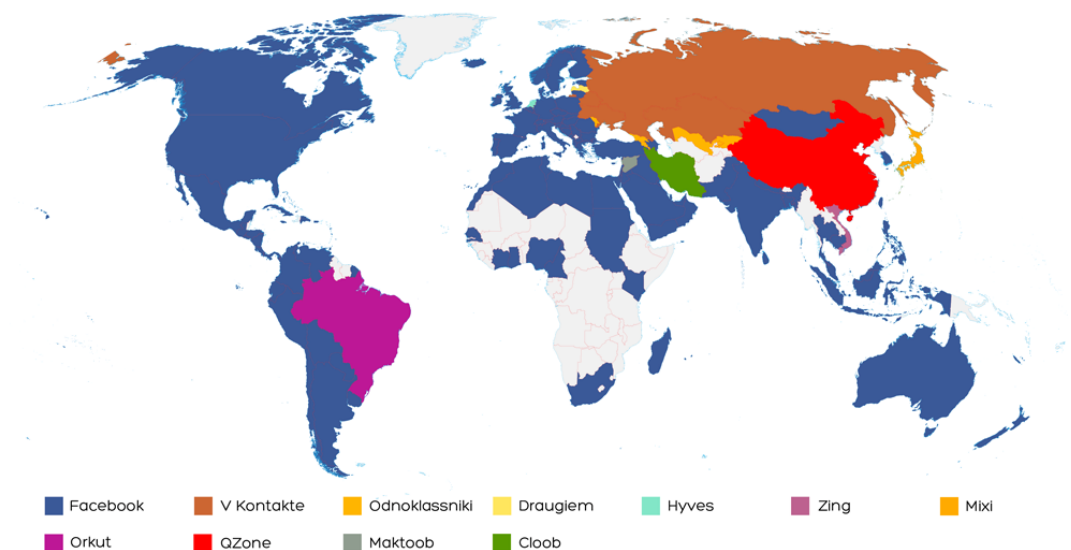
Sorprende además que los sitios donde más éxito tienen las redes sociales sean Brasil, España e Italia (por orden de uso). Lugares cuya cultura es más cercana a la calle, al contacto físico, tirando por tierra el mito del asocial que se esconde tras su pantalla de ordenador.



Aquí podemos ver un mapa de las redes sociales más exitosas por países creado por Google Trends for Websites (licencia CC-by-nc). Los espacios en blanco indican la falta de redes sociales (y casi por extensión, de conexión a Internet)

WORLD MAP OF SOCIAL NETWORKS

December 2010



credits: Vincenzo Cosenza www.vincos.it

license: CC-BY-NC

source: Google Trends for Websites /Alexa

Tipos de Redes Sociales

Redes sociales verticales

Éstas normalmente giran alrededor de una temática o contenido en común a todos sus usuarios:

- Fotografía: [Flickr](#), [Panoramio](#), ...
- Música: [Last.fm](#), [Blip.fm](#), ...
- Vídeo: [YouTube](#), [Vimeo](#), [Dailymotion](#), [Joost](#), [Blip.tv](#), ...
- Otros: presentaciones ([slideshare](#)), marcadores sociales ([del.icio.us](#)), ...

Redes sociales horizontales

- Redes de contactos: [Facebook](#), [Tuenti](#), [Orkut](#), ...
- Redes profesionales : [LinkedIn](#), [Xing](#), [Plaxo](#), ...
- **Microblogging** (aunque los creadores de Twitter digan que no se trata de una red social...): [Twitter](#), [Plurk](#), ...

Blended Networking

Se conoce como blended networking a las redes sociales que son resultado de una armonización de la vida offline y online, casi siempre enfocadas en nichos de intereses (deporte, música, fotografía,...). Compaginan las interacciones en línea con los eventos cara a cara, respondiendo así a los que critican de forma regular la excesiva dependencia virtual frente al cultivo y desarrollo de las habilidades sociales.

Su origen está en el término blended learning (b-learning), que precisamente presenta la nueva tendencia educativa semipresencial que combina formación presencial con elementos en la Red.

Twitter

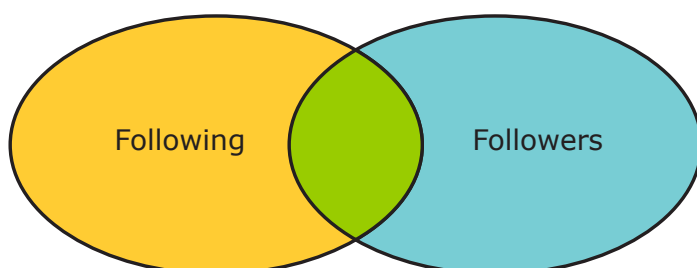
¿Qué es el microblogging?

La vida está llena de sorpresas. Y si no, que se lo digan a los ingenieros de telecomunicaciones que idearon en su día un canal para mandarse mensajes de control. Si alguien les hubiese indicado que esos mensajes se popularizarían como un servicio de usuario para el envío de texto corto entre teléfonos móviles (los famosos SMS), no hubiesen dado crédito. Que se use ese canal y no el de voz es la razón de que la longitud máxima de un SMS sea de 160 caracteres.

Esta misma tendencia se ha trasladado recientemente a Internet de la mano del **microblogging**, también conocido como *nanoblogging*: publicaciones de texto de 140 caracteres como máximo para contar qué estamos haciendo en cada momento. Si a esto se le agrega el componente social que posibilita que seleccionemos nuestra red de amigos (aquellos que queremos que vean nuestros mensajes y de los que deseamos estar al tanto de sus vidas), ya tenemos un chat asíncrono en comunidad que requiere un alto nivel de atención. Es decir, se trata de la suma de blogs, redes sociales y mensajería instantánea, con un importante componente de inmediatez y movilidad.

¿Qué es Twitter?

Es el servicio gratuito de microblogging más popular y extendido en la Red, donde se publican tweets (mensajes) de no más de 140 caracteres. La red social se compone de followers (los que nos siguen) y following (a los que nosotros seguimos), que no tienen por qué coincidir. Es decir, a diferencia de otras redes sociales, para que se establezca un contacto, no tiene que ser una relación recíproca.



Podemos publicar cosas en abierto o tener nuestro canal privado, que solamente lo leerán los usuarios a los que demos permiso expreso.

Dentro de twitter se una una nomenclatura especial:

- **@nombredeusuario** para dirigirnos a alguien en concreto
- **RT: @usuario texto** para hacer de repetidor de un tweet que alguien ha escrito y que nos parece interesante
- **#hashtag** para etiquetar nuestro mensaje y que se encuentre más fácilmente (así se forman los denominados trending topics o temás más "calientes" en cada momento)
- **d @usuario** para mandarle un mensaje directo que sólo leerá él.

Sólo se puede publicar texto, pero existen servicios para agregar más materiales. No será necesario que nos creemos cuenta en esos otros servicios. Bastará con que conectemos nuestra cuenta de twitter:

- **Imágenes:** [Twitpic](#)
- **Vídeos:** [TwitVid](#)
- **Archivos** de toda clase como fotos, vídeos, documentos (word, power point, excel), archivos zip, plugins...: [FileSocial](#)
- **Canciones:** se puede sincronizar con otros servicios como [blip.fm](#) de forma que cada vez que publiquemos una canción ahí, aparezca también en twitter
- **Posts** de nuestros blogs (o de cualquier cosa que tenga RSS): gracias a [Twitterfeed](#) podremos configurar cualquier canal RSS para que, cada vez que se publique algo nuevo, aparezca en nuestra cuenta de Twitter. Podremos además configurar un prefijo o sufijo que acompañe al enlace a ese contenido
- Trozos de **código:** con [Snipt](#) podremos compartir código en diferentes lenguajes de programación (ajustando automáticamente el color según el lenguaje).

Usos de Twitter

Los **usos** que se le dan a Twitter son muy variados y cada vez más alejados del inicial "¿Qué estás haciendo?". Ejemplos:

- Durante los congresos, se ha convertido en un foro de discusión en tiempo real. Mientras que los ponentes están disertando a la masa, esa masa genera su conversación en paralelo, teniendo un papel más activo y logrando que personas que no están en ese evento, también participen.
- Otro ejemplo lo encontramos en las pasadas elecciones estadounidenses, donde los candidatos han ido narrando todos sus movimientos a través de Twitter. La Red es ya un canal de comunicación más que ha logrado una alta movilización por parte de los *ciberactivistas*. En este caso se demostró que los demócratas llevaron a cabo una mejor campaña en Internet.



Sólo era necesario comparar los seguidores del canal de [Barack Obama](#) (por encima de los 112.000) y sus más de 250 actualizaciones, frente a los cerca de 5.000 *followers* de [John McCain](#) con sólo 25 *twitteos*. Casos como el de las pasadas [elecciones iraníes](#) también lo corroboran.

- Compartir información y conocimiento como en una lista de correo, un foro o como si fuera nuestro del.icio.us donde publicamos enlaces de interés.
- También ofrece muchas posibilidades como canal de emisión corporativa para las empresas. *Dell*, compañía que desarrolla y vende ordenadores, ha creado [múltiples](#) cuentas en Twitter. Una de [ellas](#) la usa para lanzar ofertas especiales a sus seguidores.
- Medios de comunicación como *El País*, *CNN* o *Times* lo usan para distribuir sus titulares y mantener informados a sus usuarios de noticias de última hora.
- Socialización y networking.
- Coordinar equipos de trabajo y proyectos (aunque para esto es más recomendable [yammer.com](#), un twitter para empresas sin límite de caracteres y que agrupa por el dominio de nuestra dirección de correo).
- Cubrir un evento o noticia. Twitter se suele sobreactivar ante sucesos importantes. Por ejemplo, el día de la muerte de Michael Jackson, se colapsó: [9 de los 10 Trending Topics](#) eran referentes al Rey del Pop.
- Incluso se pueden materializar ideas más peregrinas, como la que nos ofrece el proyecto [Botanicalls](#): un nuevo canal de comunicación entre plantas y humanos. Se trata de un sistema que se conecta al vegetal y hace que éste mande su estado en tiempo real a la plataforma. Puede ser interesante ver a nuestro geranio lanzando mensajes de auxilio al ciberespacio si se queda sin agua.
- Y existen casos más extremos derivados de la urgencia, como el ocurrido en marzo de 2008. Mientras un tornado azotaba Oklahoma, sus habitantes fueron narrando la localización exacta del mismo en cada momento. O el de los [bomberos de Los Ángeles](#), que aprovechan la utilidad para informar en tiempo real de las alertas ocurridas en la ciudad.
- También hay quien ha sido capaz de conseguir [controlar remotamente](#) su ordenador mediante Twitter.
- Y por supuesto, también sirve para estar de [cháchara](#).

Si estamos siguiendo un congreso en el que se ha decidido una etiqueta común para todos los tweets, podemos usar [Twubs](#), una especie de salón donde aparecen todos los mensajes de esa etiqueta y desde el que podemos escribir automatizando la inclusión de la misma.

Desde noviembre de 2009 Twitter ya está disponible en castellano. Además ha incorporado una nueva funcionalidad: se pueden crear listas de usuarios para seguir de una forma más sencilla y filtrada las actualizaciones de esas personas. Esas listas pueden ser públicas o privadas.

Existen muchas otras [plataformas de terceros](#), que gracias a la API de twitter, le agregan funcionalidad. Según Biz Stone (co-fundador), más del 50% del tráfico les llega a través de esa API.

- [E-book "La guía definitiva para entender Twitter"](#) de Jose María Gil
- [To tweet or not to tweet: nuevos dilemas en la participación](#)

Facebook

La [wikipedia](#) nos dice que se trata de un sitio web formado por muchas redes sociales o, dicho de otra manera, un pegamento donde los usuarios se crean perfiles en los que van agregando material de otros servicios (imágenes de flickr, vídeos de youtube y así hasta un largo etcétera) y que comparten con sus contactos. Desde Facebook se puede jugar, mostrar nuestras películas favoritas, descubrir nueva música, invitar a cervezas (eso sí, virtuales),... Todo ello gracias a que está abierto a desarrolladores, de manera que cualquiera puede hacer mini-aplicaciones que funcionen y se integren en la plataforma. Aquí tenemos la principal razón de su éxito y la que le da mayor valor puesto que ya cuenta con más de 20.000 programas de terceros.

Repasemos ahora un poco su historia y cómo se ha ido fraguando el proyecto. Allá por 2004, un estudiante de la Universidad de Harvard, Mark Zuckerberg, junto a dos amigos decidió empezar a construir una comunidad virtual. Originalmente esta red social fue creada exclusivamente para la comunicación entre estudiantes estadounidenses. De ahí proviene su nombre, ya que es el mismo que recibe el boletín que las universidades entregan a los alumnos que comienzan una nueva carrera para que se conozcan entre ellos (libro de caras). Es por esta razón que hasta 2006 no estaba permitido el registro ni la creación de cuentas a personas que no contasen con una dirección de correo electrónico de una universidad norteamericana. Sin embargo, tras comprobar el éxito que estaba cosechando, se eliminó la restricción para poder ampliar horizontes publicitarios. Esta decisión levantó una cierta polémica entre los usuarios que ya estaban haciendo uso de la plataforma, dado que se perdía la esencia estudiantil. Pero como diría Quevedo: *Poderoso caballero es don dinero*.

Su mayor crecimiento, en 2008, ha venido de la mano de personas con edades comprendidas entre los 35 y 49 años (24,1 millones). Sólo tardó cinco semanas en pasar del hito de los 150 millones de usuarios a los 175 y sigue creciendo a un ritmo de 600.000 por día (según estadísticas de comScore). Si fuese un país, sería ya el tercero más poblado.

El área principal de trabajo en Facebook es nuestro perfil, desde el que podremos ir configurando y añadiendo toda la información. Además de **perfiles**, existen **grupos** y **páginas**. Los perfiles son para las personas (éstas agregan contactos). Las páginas para las empresas, productos, ... (éstas agregan fans). Los grupos son para un conjunto de personas que tienen un interés común (los miembros no tienen por qué ser contactos entre ellos).

Los perfiles

- Son para las personas (éstas agregan contactos).
- Tienen un límite de 5.000 contactos.

Las páginas

- Son para las empresas, productos, ... (éstas agregan fans o gente que pulsa el botón "Me gusta").
- No tienen límite de contactos.

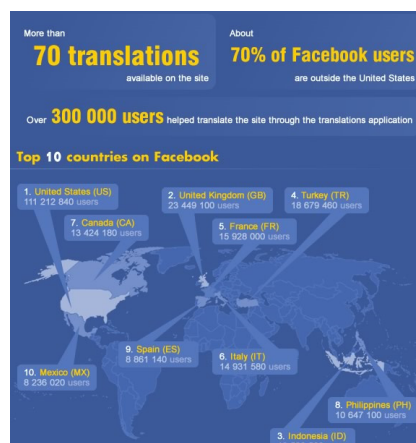
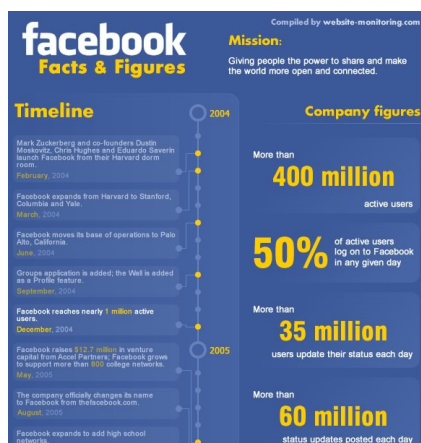
- Están indexadas por los buscadores. Es decir, sus contenidos son visibles por usuarios que no tienen cuenta en Facebook (aunque necesitarán cuenta si quieren interactuar con la página).
- Se pueden crear landing pages. Es decir, páginas con contenido específico que sea la portada en vez de el muro. Aquí tenemos [ejemplos originales](#) de Landing Pages.
- Las páginas ofrecen estadísticas de visitas.
- Podemos permitir que en nuestro muro sólo publiquen los administradores de la página o también personas que no lo son.

Los grupos

- Son para un conjunto de personas que tienen un interés común (los miembros no tienen por qué ser contactos entre ellos).
- Tienen un límite de 5.000 contactos.
- Permiten enviar mensajes a todos los miembros del grupo.
- Se puede crear tres tipos de grupos: **Abierto** (cualquier persona puede entrar), **Cerrado** (el administrador decide quien puede entrar), **Secreto** (solo conocen el grupo los miembros e invitados)

En Facebook seremos capaces de buscar y agregar amigos, así como de instalar aplicaciones. Esta instalación se hace en el propio portal (no se añade nada a nuestro ordenador). Se pueden lanzar eventos (es una plataforma ideal para avisar a la gente de dónde y cuándo se va a producir un acontecimiento). Además cuenta con un chat propio. Por tanto, entretenimiento, comunicación e información se unen bajo un mismo paraguas. Además, si bien el proyecto arrancó inicialmente en el lenguaje de Shakespeare, ahora ya cuenta con versiones en francés, alemán y castellano, por lo que el idioma tampoco es una barrera.

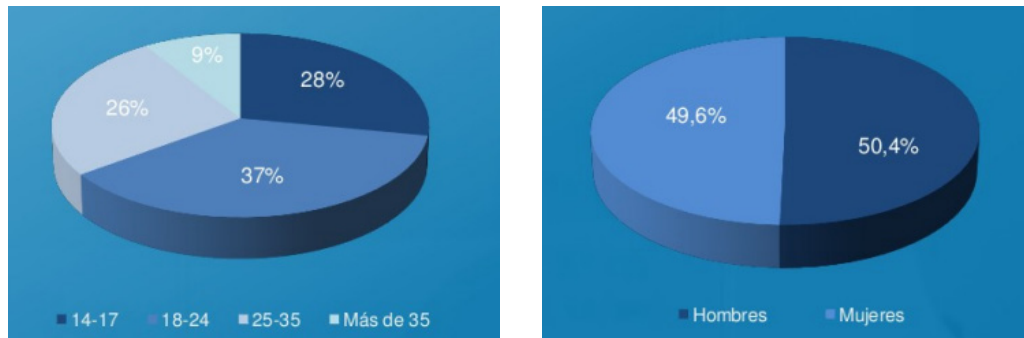
Algunos de los [impresionantes datos de Facebook](#):



Manual sobre Facebook: [redes sociales para usuario y para empresa](#)

Tuenti

Tuenti es la red social por excelencia de los jóvenes. El 37% de los usuarios que están dentro tienen entre 18 y 24 años:



El nombre de esta red social, a pesar de que pudiera dar entender que es un anglicismo modificado de twenty (20), haciendo referencia a la edad de los participantes, es la suma del texto "tú en ti".

Nació en 2006 de la mano de un estudiante estadounidense de intercambio que se encontraba estudiando en España: [Zaryn Dentzel](#). En Agosto de 2010 Telefónica se hizo con el 85% de Tuenti. A raíz de esta compra, muchos de los movimientos que se están dando es hacia el mundo de la telefonía móvil. Por ejemplo, en Diciembre de 2010, Tuenti se convierte en una operadora móvil virtual. El nombre de la operadora es "Tu" y ofrece servicios gratuitos de red como es el chat de Tuenti para sus usuarios, siendo un reclamo muy fuerte para los jóvenes.

La clave del éxito de Tuenti ha sido y es, que no permite el registro de cuentas de usuario. Para entrar es necesario que alguien te invite, dando a los jóvenes esa sensación de espacio exclusivo libre de padres y profesores.



La edad mínima de registro es de 14 años (la que marca la legislación española, a diferencia de la que se aplica a las redes sociales norteamericanas). Por supuesto, hay muchos usuarios con una edad inferior a esa. Para evitar este comportamiento, y de cara a rendir cuentas con la Agencia de Protección de Datos, Tuenti tiene a varias personas rastreando su red y solicitando a los usuarios que creen son menores, el DNI escaneado. Si no les remiten el DNI en un plazo de 48 horas, les eliminan la cuenta y empiezan a investigar a sus contactos cercanos.

Al igual que sucedía con Facebook, las organizaciones no se pueden crear un perfil personal. Si quieren participar en Tuenti, tendrán que hacerlo a través de las Tuenti Páginas.

Otra de las características que definen a Tuenti es que es una caja negra para los buscadores. Google y demás rastreadores sólo puede llegar hasta la página de login. Lo que está detrás es cerrado. Por ejemplo, en Facebook nuestros perfiles, aunque sean cerrados, trascienden hasta google ofreciendo unos datos mínimos.

Partes de Tuenti

- **Tuenti Sitios.** Con el concepto de la geolocalización, aparece un directorio de espacios que los usuarios de Tuenti recomiendan o comparten con sus amigos. Se trata de bares, restaurantes, universidades, tiendas, ... Cualquier usuario de Internet (registrado en Tuenti o no) podrá explorar los más de 40.000 sitios verificados que se agrupan en este directorio social.
- **Tuenti Juegos.** El modelo de negocio de Tuenti es claro: la publicidad. Y para lograr altos ingresos necesita que el usuario esté más tiempo en la red social para darle impactos publicitarios cada poco tiempo. Por esto Tuenti Juegos es una colección de juegos sencillos pero adictivos donde además de jugar, podrás compartir en tu tablón los resultados, invitar a los amigos...
- **Tuenti Páginas:** es la copia de las páginas de Facebook, donde cualquier organización o institución puede tener su espacio (dado que las condiciones de uso de Tuenti prohíben que se puedan crear perfiles). Allí tendrán un muro donde publicar noticias e informaciones relevantes para los usuarios que se suscriban a la misma.
- Y por supuesto, la herramienta más exitosa: el **chat**, que ha sustituido al messenger entre los jóvenes.

Manual de Tuenti

LinkedIn

Parece que, cuando en una conversación se introduce la palabra Internet, es para asociarla inmediatamente al ocio. Sin embargo, se le pueden dar muchos otros usos cercanos al mundo profesional. En esta etapa en la que nos toca librar batalla con términos como recesión y crisis día sí y día también, hay que poner al mal tiempo buena cara y descubrir que, además de ser períodos de penurias, también pueden serlo de oportunidades para los emprendedores. Saber “venderse” utilizando las nuevas tecno-

logías puede ser el factor que incline la balanza de un candidato en una entrevista de trabajo o a la hora de hacer negocios. Las herramientas que nos pueden ayudar a ello son muchas y variadas pero con un denominador común: las redes sociales profesionales. Su mecanismo es muy similar a otras más conocidas como Facebook o Tuenti solo que el objetivo aquí es compartir el curriculum vitae con otras personas que pueden recomendar tu desempeño, generar sinergias de colaboración, etc... Es decir, llevar a la Red el networking de toda la vida: *"yo conozco a alguien con el que he trabajado y del que te puedo dar muy buenas referencias"*, aplicando así el factor confianza a las ventajas que ya ofrece de por sí Internet: sin límites temporales o geográficos.

Atrás quedan los convencionales portales de trabajo como [InfoJobs](#) o [Monster](#) donde se continúa con el sistema de encuentro entre oferta y demanda de empleo. Ahora toca aprovechar la potencia que brinda la interconexión de personas: duplicar tus contactos al poder ver los de tus conocidos.

[LinkedIn](#) es una plataforma de origen norteamericano que arranca con la frase: *las relaciones importan*. Y no puede tener más razón. Hoy en día, para obtener un buen empleo o hacer negocios, además de poseer la formación adecuada, es importante conocer a las personas idóneas y contar con referencias de su labor para evitar posteriores sorpresas. El funcionamiento del servicio gira en torno a nuestro perfil, en el que podremos relatar la educación que hemos recibido, los lugares y puestos en los que hemos trabajado, nuestras especialidades, etc...

Se pueden agregar contactos y que estos hagan recomendaciones de tu dedicación, formando así una red de confianza. Además, gracias a su API, se han desarrollado módulos para integrar contenidos de otros sitios web como [slideshare](#) (lugar donde se cuelgan presentaciones online), [wordpress](#) (sistema de publicación de blogs) o [box.net](#) (gestión y almacenamiento de ficheros).

También se pueden crear grupos de intereses comunes. Una forma idónea para darse a conocer, buscar trabajo u oportunidades de negocio y a su vez descubrir candidatos para una empresa. Además de la cuenta básica gratuita, LinkedIn también ofrece cuentas premium empresarial y empresarial plus que nos permiten acceder a las vistas de perfiles ampliadas fuera de nuestra red.

[Manual de LinkedIn](#)

Las reglas con las que jugamos en las redes sociales

Una cuestión importante a valorar son las condiciones de uso de las redes sociales donde participamos (que, por cierto, asustan). Juegan con un lenguaje complejo para que aceptemos cosas impensables sin leerlo siquiera. Muchas veces lo hacen para cubrirse las espaldas, pero otras tantas, para usar nuestros datos.

Por ejemplo, las [condiciones de uso](#) de Facebook cuentan con algunas cláusulas que le otorgan la propiedad sobre los contenidos que se crean en ella. Concretamente éste es el párrafo de la discordia:

Para el contenido protegido por derechos de propiedad intelectual, como fotografías y vídeos ("contenido de PI"), nos concedes específicamente el siguiente permiso, de acuerdo con la configuración de [privacidad](#) y [aplicaciones](#): nos concedes una licencia no exclusiva, transferible, con posibilidad de ser sub-otorgada, sin royalties, aplicable globalmente, para utilizar cualquier contenido de PI que publiques en Facebook o en conexión con Facebook (en adelante, "licencia de PI"). Esta licencia de PI finaliza cuando eliminas tu contenido de PI o tu cuenta (excepto en el caso en que tu contenido se ha compartido con terceros y éstos no lo han eliminado).

«No es "tu" perfil en Facebook. Es el perfil de Facebook sobre ti.» Leif Harmsen, citado por Virginia Heffernan en el NYT.

En [Twitter](#) nos encontramos lo siguiente:

- Tú eres responsable de todo lo que publiques. Si hay un contenido indebido, Twitter no se responsabilizará ni podrá ser enjuiciado por ello (y tampoco tiene obligación de retirarlo). De hecho, eres responsable hasta del uso que hagan terceros de tu contenido.
- Pueden cesar el servicio en cualquier momento (de forma temporal o permanente) sin necesidad de avisar previamente.
- El servicio podrá incluir publicidad. Ellos mismos indican que están dejando la puerta abierta a este área, pero que por ahora no van a poner en marcha nada.
- Los contenidos son nuestros. Sin embargo, se les concede una licencia mundial, no exclusiva, libre de royalties y con derecho a sublicenciar. Con lo que podrán usar, copiar, reproducir, procesar, adaptar, modificar, publicar, transmitir, mostrar y distribuir dicho contenido en cualquier sitio. Luego nos aclaran que esto es necesario para poder mostrar nuestros tweets al resto del mundo... Eso sí, también pueden pasar esa información a otras compañías, organizaciones o individuos que se trabajen con Twitter. Por supuesto, aclaran que de ese uso que se haga no recibiremos compensación monetaria.

Y en [Tuenti](#):

- "TUENTI es el titular de todos los derechos de propiedad industrial e intelectual relativos al Servicio, a excepción de los contenidos de los Usuarios que les seguirán perteneciendo conforme a lo establecido en el apartado siguiente".
- "Al publicar contenidos en tu perfil conservas todos tus derechos sobre los mismos y otorgas a TUENTI una licencia limitada para reproducir y comunicar públicamente los mismos, para agregarles información y para transformarlos con el objeto de adaptarlos a las necesidades técnicas del Servicio. Esta autorización es mundial, no exclusiva. La anterior licencia quedará rescindida una vez que elimines tu contenido del Servicio o des de baja tu perfil".

Escuchar qué se está diciendo de nosotros

Herramientas para escuchar

Existen numerosas herramientas para ello, algunas muy genéricas y otras más orientadas a determinadas plataformas. Vamos a ver unas cuantas para poner en marcha nuestra escucha activa:

- La más sencilla y genérica es el sistema de alertas de google: <http://www.google.com/alerts>. Las alertas de Google se envían por correo electrónico cuando los robots del buscador encuentran páginas web, blogs, noticias, foros de debate, etc... que contienen los términos que hemos especificado nosotros. Podremos definir con qué frecuencia queremos que nos envíen al correo las alertas (cada vez que encuentre una ocurrencia, una vez al día o una vez a la semana) y de qué espacios queremos estar atentos/as (todo, noticias, blogs, tiempo real, vídeo o foros debate).



The screenshot shows the Google Alerts interface. On the left, there are search settings:

- Términos de búsqueda: universidad de deusto
- Tipo: Todo
- Frecuencia: una vez al día
- Volumen: Sólo los mejores resultados
- Enviar a: loretahur@gmail.com
- Buttons: Vista previa resultados, Crear alerta

 On the right, there is a notification titled 'Alerta de Google de hoy' with the following details:

- Desde: Alertas de Google <googlealerts-noreply@google.com>
- Hasta: loretahur@gmail.com
- Noticias Web
- 4 resultados nuevos de universidad de deusto
- La Universidad de Deusto se volcará en San Sebastián 2016 (Diario Vasco)
- Los estudiantes de la Universidad de Deusto colaborarán con la ... (Lainformación.com)

 At the bottom of the page, there are links for 'Administrar sus alertas', 'Ayuda sobre las Alertas de Google', 'Términos de uso', 'Política de privacidad', and 'Página principal de Google', along with the copyright notice '© 2011 Google'.

- Un sistema de estadísticas también nos puede ser de gran ayuda en la escucha activa. ¿Y cómo nos puede servir en este menester cuando convencionalmente se ha pensado para saber única y exclusivamente cuántas personas caen en nuestra web? Fácil: además de esta información nos ofrecen en qué direcciones web han pinchado esos usuarios para llegar. Puede ser una búsqueda de google, pero también una página web donde nos han enlazado. Yo os recomiendo dos:
 - Statcounter (<http://statcounter.com/>): plataforma gratuita y muy sencilla de utilizar. Tras una serie de sencillos pasos, nos dan un código que tendremos que pegar en el html de nuestro blog, página web, etc... A partir de ese momento quedarán registradas las visitas que nos hacen.
 - Google Analytics (<http://www.google.com/analytics>): más completa pero a su vez, más compleja. Para muchos es matar moscas a cañonazos.

- Para seguir lo que se dice sobre un tema en concreto en Twitter, tenemos el buscador. Si introducimos un término, nos genera un RSS asociado que podremos seguir mediante nuestro lector de feeds favorito. Además, cuenta con una sección avanzada, que permite afinar aún más los resultados usando operadores booleanos (OR, AND...) o palabras clave, como por ejemplo: from:usuario, para ver sólo las actualizaciones de ese usuario; filter:links, ver solamente enlaces que se comparten. Si hacemos la búsqueda queda desde el cuadro que se encuentra en la barra lateral derecha de nuestro perfil, debajo de donde se encuentran los mensajes directos o DMs, podremos grabar esta búsqueda para el futuro con un simple click en "Save this search". Debajo del cuadro de búsqueda aparecerá como palabra clave.
- Una herramienta que busca en varias redes sociales a la vez es socialmention. Es una página web para analizar lo que opinan los blogs, microblogs, redes sociales y demás fuentes de información sobre cualquier marca, evento o asunto. Nos permite además crear alertas como lo hacíamos con Google Alerts, de manera que nos lleguen al correo electrónico y también un RSS por si queremos hacer el seguimiento desde nuestro lector de feeds favorito. La diferencia de esta herramienta respecto a las anteriores es que intenta definir si un comentario o contenido es positivo, negativo o neutral. Podéis hacer una búsqueda general o especificar los lugares de interés, enfocando los resultados en twitter, facebook, youtube o cualquier otra red que contenga al público que os interesa.

The screenshot shows the socialmention website interface. At the top, there's a search bar with the text "universidad de deusto" and a "Search" button. Below the search bar, there are several statistics and filters:

- 1% strength** and **12:0 sentiment**
- 40% passion** and **23% reach**
- 2 hours avg. per mention**
- last mention 2 hours ago**
- 207 unique authors**
- 12 retweets**

The main section is titled "Mentions about universidad de deusto" and shows a list of results. The first result is "Red Babel: Oferta de Empleo" with a link to a blog post. The second result is "hablemos de talento: El 70º aniversario de Jaime Villar" with a link to another blog post. The third result is "'Volveré para pelear'" with a link to a news article.

On the right side, there are several utility buttons: "RSS Feed", "Email Alert", "CSV/Excel File", "Feedback", "CSV Data", "Sentiment", "Top Keywords", "Top Users", and "Top Hashtags". There is also an advertisement for "enterprise-class social network analytics made smarter and friendlier".

Definir estrategias

Trabajando nuestra Identidad digital

Cuando estamos trabajando en Internet, ya sea a título personal o en nombre de una organización, debemos plantearnos dos cuestiones claves:

- **¿Qué no dice Internet de mí que debería decir?**
- **¿Qué dice Internet de nosotros que no debería decir?**

Con las herramientas de escucha que hemos visto anteriormente podremos controlar ambas y trabajando nuestra identidad digital se pueden responder. Para la primera, deberemos seleccionar los espacios en los que queremos y cómo hacerlo (lo veremos a continuación). Para lo segundo, habrá que trabajar con mucha mano izquierda. Cuando en un blog, foro o red social encontramos alguna opinión negativa sobre nosotros y nuestra empresa, tenemos varias formas de actuar:

- Si la opinión está expuesta con respeto, deberemos intentar explicar de la misma manera por qué están equivocados. En caso de que no estuvieran equivocados, también es una herramienta estupenda para detectar debilidades y ponerles remedio.
- Si la opinión la ha vertido un **troll**, lo mejor es no alimentarle. Es decir, está buscando que se le responda. Por tanto, no hay que entrar al trapo porque él mismo se está dejando en evidencia. Si ha sobrepasado algún límite, lo mejor será denunciar ese contenido a la plataforma que lo alberga (la mayoría de las redes sociales permiten hacer esto) o a las autoridades.
- Generando nosotros material de calidad asociado a nuestra marca, los primeros resultados en buscadores estarán copados por esos materiales, relegando así las opiniones negativas a otros puestos (lo que no quiere decir que hayan desaparecido).

Exploradores Electrónicos: *Las comunidades son, por definición, generadoras, verdaderas fábricas de identidades. Sin una comunidad real de base no surge una identidad y mucho menos se expande, es replicada en otras redes. Hace falta un tiempo de maduración para generar una identidad.*

Si somos una empresa o entidad pública debemos tener en cuenta varias cosas:

- Hoy en día, es casi imprescindible tener una **presencia en la Red**, donde miles de ciudadanos transitan ya.
- Esto no implica que descuidemos nuestros otros campos de actuación puesto que, por desgracia, aún hay muchas personas que conforman lo que se denomina la "brecha digital".
- Se acabó el paradigma que ha reinado hasta ahora en la Red de crear portales o webs e intentar arrastrar a los usuarios a éstos. En la actualidad, es la empresa la que se tiene que **mover donde están los usuarios**. No malgastes recursos montando una plataforma de vídeos, aprovéchate de que YouTube está lleno de gente y úsalo.
- Pero esto tiene un inconveniente: te instalas en "la nube" (**cloud computing**) y juegas con las **reglas de otras plataformas**. Así que habrá que pensar en tener los contenidos en muchos sitios a la vez (por si alguno decide eliminar nuestro material o termina cerrando) y montar un sistema paralelo de backups.

- Define las redes que mejor se adecuan a tu actividad, pero antes de lanzarte a actuar en ellas, traza un plan de acción, con su correspondiente protocolo. **Escucha** antes de empezar a hablar y recuerda: los experimentos, con gaseosa. Porque un patinazo en la Red será más llamativo y persistente en el tiempo que cualquier otra metedura de pata. Por ejemplo, no se puede entrar en Tuenti si no se sabe hablar el lenguaje de los que allí están.
- Cuando una empresa salta a las redes, no lo puede hacer como un ente impersonal que sólo expulsa marketing y más marketing por su nuevo altavoz. Tienes que lograr que tu empresa "se humanice". Si va a tratar con personas, que esas personas sepan que están hablando con un interlocutor de carne y hueso.
- Si no nos gustan las redes sociales que hay, siempre nos podremos crear una a nuestra medida, pero sólo y exclusivamente, si vamos a montar algo que no existe (recuerda lo que hemos dicho antes de reinventar la rueda y de que debemos ir donde los usuarios están). Para ello contamos con soluciones muy avanzadas: [grou.ps](#), [ning](#), [buddypress](#), [elgg](#), ...
- No sólo debemos quedarnos con la potencialidad de cara a la vitrina, sino también usar las redes sociales virtuales en nuestros procesos internos y para mejorar el desempeño y cohesión de nuestros empleados.
- La identidad digital es pública y distribuida. Hay que analizar la baba de caracol que existe de nosotros en Internet, porque como dijo Richard Clarke "si se une toda la información no clasificada, muchas veces emergerá algo que debería estar clasificado".
- Hay que estar dispuesto a **compartir y dar**. Todo lo que des te vendrá después de vuelta. Hay mucha gente que entra en la red y "como no pasa nada" se van. No pasa nada porque no hicieron nada, claro.

Segmentando. ¿Qué plataformas nos interesan?

Cuando se descubre el mundo de las redes sociales, el primer impulso es crearse una cuenta en todas y empezar a trabajar así de manera indiscriminada. Pero antes deberíamos reflexionar **cuál es nuestro público objetivo y dónde está ese público**.

Para ello, podemos tener en cuenta la segmentación por edad de muchas redes. Por ejemplo:

- **Tuenti**: aquí el propio nombre de la red nos indica la edad que más o menos tendrán sus usuarios: unos 20. Yo me atrevería a decir que pasados los 25, el uso empieza a bajar y se mueven a sitios "más serios". La migración lógica nos dice que suele ser a Facebook. Analizando los accesos a Internet de la Universidad de Deusto, podemos constatar que esta red es la más exitosa entre nuestros alumnos, muy por encima de Facebook. Es por tanto la Universidad la época de cambio, en la que conviven ambos perfiles y tras finalizar esta etapa, Tuenti deja paso a Facebook, asomando ya LinkedIn (por aquello de empezar a buscar trabajo).
- **Facebook**: como ya indicábamos anteriormente, los usuarios de esta red empiezan con los 20 muy avanzados. Su tiempo de vida es más largo que el de Tuenti, alargándose hasta más allá de los 40.

- **LinkedIn:** sin duda, es la red más seria de todas. Tiene una premisa que limita la edad de sus usuarios: éstos, normalmente, tienen un trabajo o están a la búsqueda de uno. El networking laboral suele nacer tras unos años de desempeño.
- **Twitter:** aunque pudiera parecer un servicio colonizado por la gente más joven, recientes estudios indican lo contrario. Según una encuesta realizada por la [Universidad de Pace](#), a pesar de que el 99% de los estadounidenses de 18 a 24 años tiene un perfil (o más) en una red social, [apenas un 22% utiliza Twitter](#). Sorprende además que el 54% lo usa para seguir a celebridades (supongo que será el tirón de [Ashton Kutcher](#), [Demi Moore](#) y demás familia). Desde comScore también nos dicen que las personas que más usan Twitter son las de [45 a 54 años](#).

Una vez analizado esto, otro error muy común es desembarcar en todas las redes con el mismo mensaje y lenguaje, sin valorar la forma en la que se “habla” allí. Y es que está claro que no se conversa de igual manera en Tuenti que en LinkedIn. Esto se puede ilustrar estupendamente con el típico ejemplo de tus padres intentando usar palabras como “*mola, chachi, ...*”.

En redes que son más transversales en cuanto a edades y verticales en cuanto a contenidos (recordad cómo veíamos la división de tipos de redes), habrá que buscar la que más público objetivo recoja:

- Si tenemos material audiovisual que compartir, será interesante crear un canal corporativo en [YouTube](#).
- Si lo que tenemos es fotografías, puede ser interesante crearse una cuenta pro en [Flickr](#) para subir aquí todo el material gráfico. También será positivo crear grupos en los que participen otros usuarios con fotografías sobre nosotros.
- Plataforma de blogs: tener un blog central que agrupe la actividad central de nuestra institución y luego otros blogs más especializados en ramas que cultive tu empresa. El software ideal para esto es [Wordpress](#) (se pueden instalar instancias aisladas para cada blog o bien una plataforma de creación de blogs centralizada con Wordpress MU). Sería conveniente asimismo contar con un portal que ejerza de pegamento de todos ellos: un agregador central con [Feevy](#) o con [Infante](#).
- **Twitter:** tener una cuenta institucional aquí para contar la actividad de tu empresa, las novedades, avisos urgentes, ... A esto se le puede sumar información más mecánica (sin necesidad de que nadie la alimente) gracias a sitios como [TwitterFeed](#), donde podremos enganchar el RSS de todo lo que hagamos y así saldrá automáticamente publicado en nuestro canal de Twitter. De todas formas, no podemos dejar de la mano de las máquinas todo. Alguien tendrá que contestar a las preguntas que nos lancen por este canal. La mejor forma de estar al tanto será usar [Twitter Search](#), donde podemos hacer búsquedas de términos (por ejemplo, el nombre de nuestra marca). Éstas búsquedas generan un feed, así que nos bastará con suscribirnos a ese RSS para enterarnos cada vez que alguien nos mencione.
- Crear una página institucional en [Facebook](#) (recalco lo de página, porque aún hoy muchas empresas o instituciones cometen el error de crearse un perfil personal y luego tienen que migrar a página, perdiendo seguidores por el camino). Sobre todo si vamos a llevar a cabo eventos, será una herramienta idónea para notificarlos.

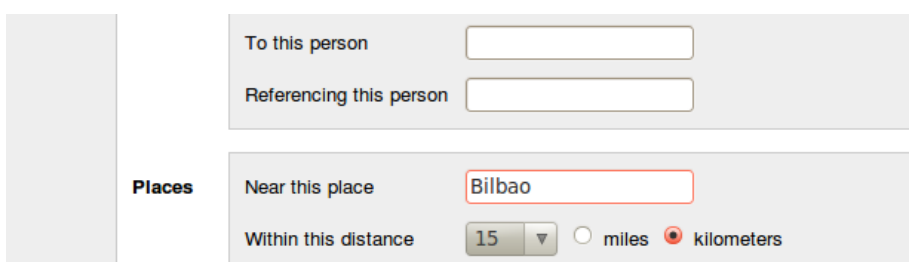
- Etiquetar con del.icio.us nuestras páginas más importantes usando las etiquetas más representativas de nuestro campo. Nunca sabemos cómo pueden llegar los usuarios hasta nosotros...
- Instar a nuestros trabajadores a que estén en redes sociales profesionales como [LinkedIn](https://www.linkedin.com), para luego crear allí grupos de interés de nuestra actividad. Será un lugar ideal para encontrar a nuestros futuros trabajadores o para establecer alianzas de colaboración.
- Hacer uso de plataformas concentradoras de nuestras actividades, como es el caso de [FriendFeed](https://www.friendfeed.com).
- Participar en plataformas de difusión (pero conociendo bien sus reglas, para no caer en la autopromoción): [menéame](https://www.meneame.net), [bitácoras.com](http://bitacoras.com), ... Siguiendo la conversación no sólo en la fuente que se genera, sino también aquí.

Más no siempre es mejor. Concepto de la localización dentro de la globalidad

El furor que causa en las redes sociales la [colección de contactos](#), hace que tengamos la falsa impresión de que cuantos más tengamos en nuestros perfiles, mejor. ¡Mentira! En la mayoría de ocasiones, y volviendo al trabajo que supone definir cuál será nuestro público objetivo, nos interesará tener sólo un grupo reducido de contactos, filtrados por proximidad geográfica (lo que se conoce como barrio en la Red). Por ejemplo, si yo soy el Ayuntamiento de Bilbao, de qué sirve que me ponga a seguir de manera indiscriminada a usuarios en las diferentes redes sociales. A mí me interesará identificar a las personas que sean de Bilbao porque lo que voy a ofrecer por esos canales es información del estado de la ciudad. Por tanto, no siempre se cumple el "más es mejor" y deberemos trabajar con un concepto de localización dentro de la globalidad que ofrece Internet.

¿Y cómo podemos buscar a la gente que nos rodea? Existen unas cuantas herramientas para ello:

- Como ya hemos visto en el módulo de escucha activa, Twitter ofrece un [buscador](#). Con él podremos estar a la escucha de quién menciona nuestra institución o ciudad, para empezar a agregarle en ese momento. Además, la búsqueda avanzada nos ofrece un filtrado por lugares, pudiendo incluso abrir el filtrado a X kilómetros (hay que tener en cuenta que esta búsqueda encontrará a aquellos usuarios que han rellenado su campo de ubicación):



The image shows a screenshot of the Twitter search interface. On the left, there is a vertical grey bar with the word "Places" in white. To the right, there are two search filter sections. The top section is for person-based searches, with two input fields: "To this person" and "Referencing this person". The bottom section is for location-based searches, with a "Near this place" input field containing the text "Bilbao". Below this, there is a "Within this distance" section with a dropdown menu set to "15", and two radio buttons for "miles" (unselected) and "kilometers" (selected).

- Podemos hacer uso de [Twittergrader](#) para encontrar a los usuarios más influyentes de cada ciudad.
- En Facebook, el buscador de personas funciona también por ubicación. Si en vez el nombre de un usuario metemos el de una ciudad, veremos las actualizaciones de usuarios que utilicen esa palabra.
- En [Allfacebook](#) muestran estadísticas de demografía de Facebook.
- La red social que mejor ha explotado la geolocalización es [Foursquare](#). Esta plataforma junta dos de las tendencias en boga de la web: el poder de la ubicuidad que confieren los **terminales móviles** y el cultivo de la **extimidad** mediante la **geolocalización**, marcando nuestra situación física vía GPS. El invento busca que los usuarios dejen constancia de los sitios por los que transitan, añadiendo información de valor sobre estos para que sus contactos puedan informarse con posterioridad si se pasan por allí. Pongamos un ejemplo práctico: visitamos un bar nuevo en el que hacen unos batidos increíbles. Mientras disfrutamos de la bebida, sacamos nuestro teléfono móvil con GPS, nos conectamos a Foursquare y hacemos un “check-in” del sitio. De esta forma, nuestros amigos sabrán que hemos estado allí y que además hay unos batidos estupendos. Ahora bien, no siempre funciona como un instrumento de recomendación, sino más bien como una forma de simplemente comunicar dónde nos encontramos. Un comportamiento frecuente en redes sociales es que los usuarios tienden a usar el mismo login en todas ellas. Por tanto, si encontramos a usuarios cercanos en Foursquare, podremos probar suerte en otras redes: twitter, facebook, linkedin, ...

Métricas

Métricas de seguimiento y comprobación de objetivos

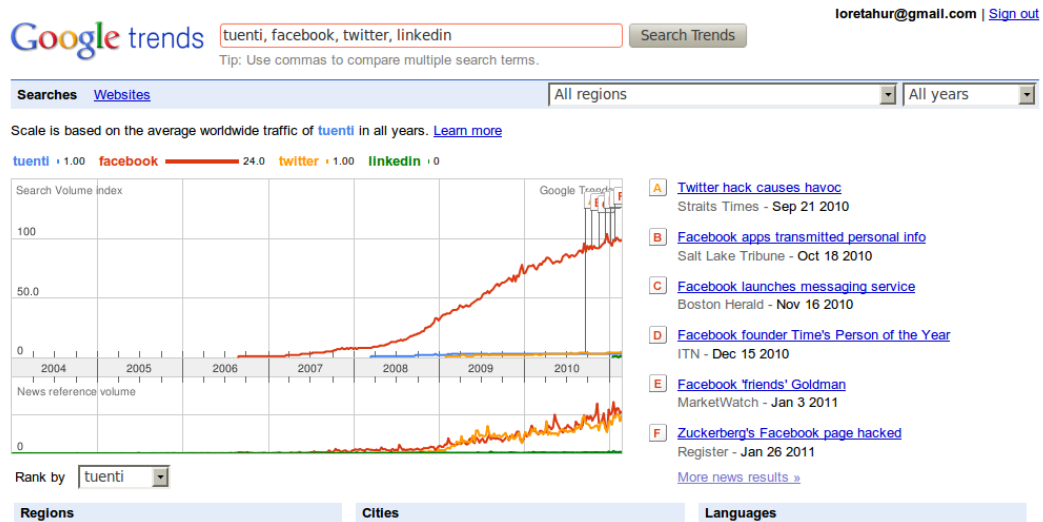
Para hacer un seguimiento del trabajo con nuestra identidad digital, plantearemos una serie de métricas por red social. Pero antes, debemos hacernos la siguiente pregunta: ¿En qué estamos interesados con nuestra estrategia? ¿En crear comunidad en una red social o utilizar nuestras acciones para atraer visitantes a algún contenido externo o promoción (o ambas)? Si lo que queremos es crear comunidad, valoraremos el número de comentarios que han hecho en nuestros muros, retweets, etc... Si, por lo contrario, nos interesa que sean la caña para pescar visitantes, habrá que hacer un cruce con el gestor de estadísticas de nuestra web, blog, etc..

- **Facebook:** cómo comentábamos en el módulo de Facebook, las páginas ofrecen estadísticas. Si entramos con nuestro perfil de administrador, en el lateral derecho tenemos el enlace “*Ver estadísticas*”. Aquí podremos acotar el período que queremos analizar y por ese período nos mostrará el número de seguidores que se han ido incorporando, las visitas que hemos tenido a nuestro muro, cuántos han marcado el “Me gusta” sobre alguno de los contenidos y cuántos han dejado comentarios. También podremos analizar a nuestros usuarios viendo cuál es su sexo, edad, desde qué países nos visitan y qué idioma utilizan en la interfaz. Además nos permite descargar

estos resultados en un csv para procesarlos posteriormente. Las interacciones que más nos interesan son los “Me gusta” y los comentarios, que serán reflejo de que la página está viva (de nada sirve tener un gran número de amigos si no hay una verdadera interrelación con ellos). Además tenemos aplicaciones externas para valorar la popularidad de tu cuenta y/o página:

- **Facebook Grader** otorga una puntuación en base a la cantidad de amigos, el número de grupos a los que el usuario se ha unido, las páginas que sigue o la cantidad de comentarios que ha recibido en su “muro”. La puntuación de popularidad varía de 1 a 100, donde 100 es el grado de popularidad más alto. También se puede calcular la puntuación de una página.
- **F-brity** permite medir la personalidad y el índice de liderazgo de cada persona o marca en función de cómo se comporta y el grado de aceptación y repercusión social que tienen sus acciones.
- **Aquí** podemos ver las páginas más exitosas en Facebook. Mantiene un ranking y permite hacer búsquedas por categoría y nivel de crecimiento diario y semanal.
- En **Twitter** se pueden medir numerosos parámetros. El más obvio y que a la mayoría le viene a la cabeza es el número de seguidores. Sin embargo, como hemos comentado anteriormente, este valor no aporta demasiado sobre la influencia de un usuario. Hay muchos con un gran número de seguidores pero que igualmente siguen a otros tantos. Los datos de interés de cara a valorar la conversación son el número de retweets que han hecho de nuestros mensajes. Tenemos una serie de plataformas que nos ayudarán en la definición de influencia:
 - **Klout** Mide la reputación de las cuentas de usuario de Twitter. Metiendo un nombre de usuario de twitter, nos devolverá por qué otros usuarios está influenciado y a qué cuentas influencia. Si además nos registramos en la web, hará un análisis de datos más completo, mostrándonos cuántas veces hemos sido mencionados (es decir, han puesto *@nuestronombredeusuario*); cuántos retweets nos han hecho; de esos retweets, cuántos los han hecho nuestros followers, ...
 - **Twitaholic** Introduciendo el nombre de usuario, nos da la fecha en la que se creó la cuenta, la posición dentro del ranking global de twitaholic, el ranking dentro de la ciudad puesta en el campo ubicación, el número de tweets, followers y followings a lo largo del tiempo.
 - **Twittercounter** Ofrece gráficas de la evolución de seguidores de un perfil, comparativas entre perfiles y hace estimaciones de cuantos seguidores tendremos a ese ritmo.
- Si lo que queremos medir es una temática y no tanto una cuenta en concreto dentro de una red social, tenemos varios sistemas:
 - **BlogPulse** es el servicio gratuito de Nielsen Buzz Metrics que nos dibuja una gráfica con el volumen de citas que tiene un determinado tema, pudiendo comparar varios y el nivel de “ruido” o buzz que han generado.
 - **Google Trends**. Esta herramienta tiene dos usos principales:
 1. Analizar cuáles son las búsquedas de los usuarios de todo el mundo en un determinado periodo de tiempo y ver cómo evolucionan los comportamientos sociales.

2. La comparación de términos, introduciendo las palabras separadas por comas, nos muestra una gráfica con la evolución de las búsquedas de los usuarios.



Aplicando el módulo en tu organización

Las tareas del módulo son las siguientes:

- Definir cuál es el público objetivo de tu organización en Internet
- Reflexionar en qué red social debería estar tu organización y por qué
- Hacer un ejercicio de escucha activa detallando qué se está diciendo ya de tu organización en la Red



ELKARTEKINTZA SAREAN 2.0

Hirugarren Sektoreko Elkarteei Zuzendutako Prestakuntza

**Formación
para Entidades
del Tercer Sector**

MÓDULO 4
GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN



Autor Javier Leiva Aguilera
Proyecto Elkartekintza
Licencia CC BY-SA
Fecha 14/03/2011 - 21/03/2011



Presentación MÓDULO 4 **Gestión de la Información**

En este módulo hemos contado con la colaboración de [Javier Leiva Aguilera](#) socio-director de [Catorze Asesoría Internet S.L.](#). Javier nos realiza este resumen del debate recogido a lo largo de la cuarta semana de curso.

El módulo de gestión de la información se encaraba desde un enfoque práctico encaminado a aprovechar el RSS para poder identificar y gestionar fuentes informativos y, por otro lado, a proveer a los participantes de herramientas para poder trabajar a distancia gracias a las herramientas de lo que se ha venido a denominar "la nube". A continuación va un resumen de las aportaciones realizadas en el foro del curso.

Ideas en torno al RSS



Algunos de los alumnos no conocían la existencia del RSS, pero eran los menos. De entre los que sí lo conocían, no todos se habían puesto a trabajar con ello por no haberle visto las ventajas reales. Con el módulo se han atrevido y parece que todos le vemos las bondades como herramienta clave en la lucha contra la saturación de información.

Pero al tiempo que reconocemos los puntos fuertes de usar RSS para informarse, también vemos que todo esto entraña un peligro: es muy fácil que en el afán de construir una única y completa vía de entrada de información se convierta en una nueva saturación... es tan fácil añadir fuentes a una herramienta como Google Reader que si no tienes cuidado te puedes ver abrumado por todo lo nuevo que recibes cada día.

Ilustración HeatherWeaver

Para no caer en el problema de tener demasiado por leer podemos hacer varias cosas (lo ideal es combinarlas):

- *Ser férreos en el establecimiento de criterios de admisión. Por mucho que queramos no vamos a poder leerlo todo, así que seamos selectivos.*
- *Por selectivos que seamos, el volumen de recepción de información tenderá a aumentar con el tiempo. Podemos combinar ser selectivos con activar la opción de priorizar feeds que ofrece Google Reader (ver en [Thinkwasabi](#))*

Pero no todo se reduce a Google Reader cuando hablamos de aprovechar el RSS. Había quien estaba usando iGoogle o Netvibes, mucho más sencillos de entrada y que permiten agregar otros tipos de información... y todo bajo una interfaz más visual (aunque por otro lado menos útiles ante un uso que busque exhaustividad dentro de la selección).

En cualquier caso, debemos tener claro que el RSS debe servir para:

- *Mejorar el proceso informativo*
- *Disminuir angustias*

En resumen, apliquemos el [principio Kiss...](#)

Para finalizar apunto una idea que surgió en el foro y que me parece clave a nivel organizativo: poder compartir los resultados del proceso informativo de modo que toda la organización en la que trabajamos se beneficie de ello. En este sentido podemos valernos de las opciones que el propio RSS y sus herramientas asociadas nos permiten desde el punto de vista de la difusión.

Ideas en torno al trabajo en la nube

El concepto de trabajo en la nube se valora como algo muy potente y que puede mejorar muchísimo la manera en que normalmente se construye documentación en grupo. De todos modos hay que estudiar bien qué herramientas usamos para ello y cuál es su política en el trato de datos, si son entornos abiertos o cerrados... no debemos olvidar que a menudo estaremos trabajando con información sensible. En ese sentido se valora positivamente la existencia de plataformas tipo [eyeOS](#), que permiten mantener un control total sobre la información que se está manejando.

En cuanto al cambio en el modo de trabajo que estas herramientas representan, hay que valorar qué utilidad real aportan a nuestra situación. Al mismo tiempo no debemos mostrarnos reacios de entrada (siempre evaluar objetivamente) y caer en situaciones que se han dado con otras herramientas: hace años mucha gente militaba en el partido "yo nunca tendré un teléfono móvil" y hace menos en el "yo no tengo tiempo para perderlo en las redes sociales". Algunos siguen sin ver que cambiar de opinión les aporte nada (y si es así, hacen bien), pero muchos de ellos han terminado encontrando ventajas a modificar su enfoque.

MÓDULO 4

GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN

86 Monitorización de información con RSS

- 86 Aprovechamiento del RSS
- 86 Conceptos
- 88 Aplicaciones de recuperación
- 88 Google Reader
- 91 Identificación de fuentes de información
- 94 Creación de alertas

95 Herramientas de recuperación centralizada de la información

- 95 Google Reader
- 96 Netvibes
- 97 Combinando hilos RSS
- 97 Yahoo Pipes
- 101 RSS y difusión

103 Gestión del conocimiento compartido

- 103 Trabajo en grupo pero a distancia
- 105 Google docs
- 106 Documento de texto
- 107 Hojas de cálculo
- 108 Presentaciones
- 109 Formularios
- 111 Otras herramientas de edición de textos
- 111 Plataformas para alojar documentos ofimáticos
- 111 Dropbox
- 112 Herramientas para compartir recursos en línea
- 113 Gestión de referencias

Monitorización de información con RSS

Aprovechamiento del RSS

Como se verá dentro de unos pocos párrafos, vamos a entrar en el mundo práctico del RSS a través de la herramienta Google Reader. No obstante, unos párrafos más allá veremos que no nos vamos a olvidar de este formato en todo el apartado de monitorización de información, ya que es clave en todo esto. Pero no adelantemos acontecimientos...

Conceptos

El acrónimo RSS se puede desarrollar de tres maneras:

- Rich Site Summary
- RDF Site Summary
- Really Simple Syndication

Se trata de un formato de redifusión de contenidos y en la práctica podemos usarlo para suscribirnos a fuentes de información así como para difundir aquellos contenidos que nosotros emitimos (o que otros emiten).

El hecho de que los blogs y otras fuentes de información (diarios *online*, revistas electrónicas y cada vez más formatos) se basen en la publicación de items individuales con una estructura común (cada post de un blog, por ejemplo, tiene un título, una fecha, un autor, una url permanente, un espacio para el cuerpo del artículo, etc.) posibilita la generación de archivos estructurados fácilmente interpretables por los programas adecuados.

Estos archivos se actualizan cada vez que se añade un nuevo contenido al sitio y podemos interpretarlos usando un programa llamado agregador. Estos agregadores facilitan el acceso a todos los contenidos sin necesidad de la visita directa a las webs donde se generan. De este modo, como receptores podemos organizar nuestras lecturas y acceder a todas ellas desde un mismo lugar.

A continuación podemos ver la captura de pantalla de un fragmento de archivo RSS:

```
<item>
<title>Lecturas de enero (ficción)</title>
<link>http://www.javierleiva.info/lecturas-de-enero-ficcion</link>
<comments>http://www.javierleiva.info/lecturas-de-enero-ficcion#comments</comments>
<pubDate>Fri, 21 Jan 2011 15:36:27 +0000</pubDate>
<dc:creator>Javier Leiva Aguilera</dc:creator>
<category><![CDATA[General]]></category>

<guid isPermaLink="false">http://www.javierleiva.info/?p=2755</guid>
<description><![CDATA[El blog está enladrillado, ¿quién lo desenladrillará? Anoche acabé la tercera novela de las noches de este año y hace un rato me he acordado de que el torbellino trabajil me tiene más alejado del blog de lo que quisiera. Así que me he dicho: ¿por qué no darle un poco de cuerda poniendo tres [...]]></description>
<content:encoded><![CDATA[<p>El blog está enladrillado, ¿quién lo desenladrillará?</p>
<p>Anoche acabé la tercera novela de las noches de este año y hace un rato me he acordado de que el torbellino trabajil me tiene más alejado del blog de lo que quisiera. Así que me he dicho: ¿por qué no darle un poco de cuerda poniendo tres o cuatro enlaces? Esta toma de aire sirve para eso:</p>
<ul>
<li><a href="http://planetadelibros.com/jesus-me-quiere-libro-39778.html">Jesús me quiere</a>: la más ligera de las tres, pero se deja leer.</li>
<li><a href="http://www.lecturalia.com/libro/43215/Los-ojos-amarillos-de-los-cocodrilos">Los ojos amarillos de los cocodrilos</a>: me gustó.</li>
<li><a href="http://www.minid.net/2004/04/25/la-casa-del-alfabeto/">La casa del alfabeto</a>: creo que es la que más me ha gustado de las tres; he leído alguna opinión negativa, pero a mi supo mantenerme interesado casi todo el rato.</li>
</ul>
<p>Esta noche si me apetece empezaré <a href="http://www.ojosdepapel.com/index.aspx?article=2731">Los crímenes del número primo</a>. </p>
<p>Las amigas de <a href="http://colaboranred.com/lectura/">Lectura en red</a> me van a matar y con razón por no participar. La cosa ha ido así y no he sabido hacerlo mejor:#8230; ahora mismo necesito que mis ratos de lectura sean no planificados. Espero que sepan disculparme <img
```

La imagen corresponde al RSS de mi blog y, en concreto, a la parte donde se muestra un artículo titulado [Lectura de enero \(ficción\)](#). Podemos ver que se trata de un archivo en formato xml que contiene los distintos elementos del artículo identificados por etiquetas: *title, category, content encoded...* Como decía más arriba, esta estructura se repite para cada uno de los items (anotaciones, artículos...) y es lo que permite que sea un formato fácilmente interpretable por múltiples aplicaciones.

Gracias al RSS podemos dividir la información en trozos de dimensión variable, y eso nos permite ser muchísimo más productivos y selectivos tanto en nuestro papel de receptores como en el de difusores e intermediarios de información. En un plano receptor:

- Permite gestionar mejor lo que nos interesa leer porque lo podemos tener todo centralizado y organizado a nuestra conveniencia.

Y en un plano de difusión y gestión:

- Permite a nuestros contenidos adquirir vida propia para que se puedan ir de viaje allí donde un receptor lo necesite.
- Nos permite atraer contenidos de otros y usarlos para enriquecer nuestros espacios (un blog, por ejemplo) o para ofrecérselo a nuestros usuarios.
- Podemos jugar con información de orígenes diversos para crear productos informativos nuevos.

Para identificar la existencia de un archivo RSS en un sitio web debemos buscar la mención RSS, que casi siempre será un enlace a dicho archivo. Aunque también podemos encontrarlo bajo los siguientes términos:

- Feed
- Suscripción
- XML
- Sindicación
- Redifusión
- Atom (es otro formato de redifusión, aunque simplificando diremos que sirve exactamente para lo mismo y los vamos a tratar como sinónimos)

Existe, además, un icono que se ha convertido en un estándar de facto para identificar un archivo RSS:



Dado que el RSS es tan estructurado, no solo podemos generarlo para un blog o sitio completo, sino también para las distintas partes de este que cumplan similares características:

- Categorías
- Artículos de un autor determinado
- Comentarios
- Etc.

Aplicaciones de recuperación

Los programas agregadores de los que hablaba más arriba son los que nos sirven para las tareas de recuperación. En concreto, de lo que se trata es de tener un lugar central donde recibir las actualizaciones de todas o la mayor parte de las fuentes de información que nos interesan.

Existen muchos agregadores, algunos de escritorio y otros a los cuales se accede en línea desde cualquier navegador de Internet. Estos últimos son los que triunfan porque permiten acceder a la propia cuenta y sus lecturas asociadas desde cualquier ordenador con conexión. A continuación expongo una pequeña lista con algunos de los más usados:

- [Google Reader](#)
- [Netvibes](#) (aunque no es específicamente un lector de RSS)
- [Planetaki](#)

En este apartado vamos a aprender a usar Google Reader y más adelante hablaremos sobre Netvibes. Planetaki parte de la idea de crear una especie de blog agregador de las fuentes que configuremos. Pese a que es una herramienta útil en algunos contextos, no vamos a ahondar en ella en estos materiales.

Google Reader

En primer lugar accedemos a la pantalla de entrada al servicio.



Obtén todas tus noticias y blogs en una misma ubicación con Google Reader

Con Google Reader, estar al día de tus sitios web preferidos es tan fácil como consultar el correo.

Mantente al día
Google Reader visita constantemente tus sitios y blogs preferidos en busca de contenido nuevo.

Comparte con tus amigos
Con la página pública integrada de Google Reader podrás compartir todo lo que te interesa con tu familia y amigos.

Utilízalo gratis desde donde quiera que estés
Google Reader es un producto totalmente nuevo que funciona con la mayoría de los navegadores actuales sin necesidad de instalar software alguno.

[Visita guiada >](#)

Acceda a Google Reader con su **Cuenta Google**

Correo electrónico:

Contraseña:

Recordarme en este equipo.

[No puedo acceder a mi cuenta.](#)

¿No tienes una cuenta de Google?

Si disponemos de una cuenta de Google, podemos usar los datos para comenzar a usarlo; en caso contrario, tendremos que darnos de alta. Ya una vez dentro nos veremos ante una pantalla con esta:



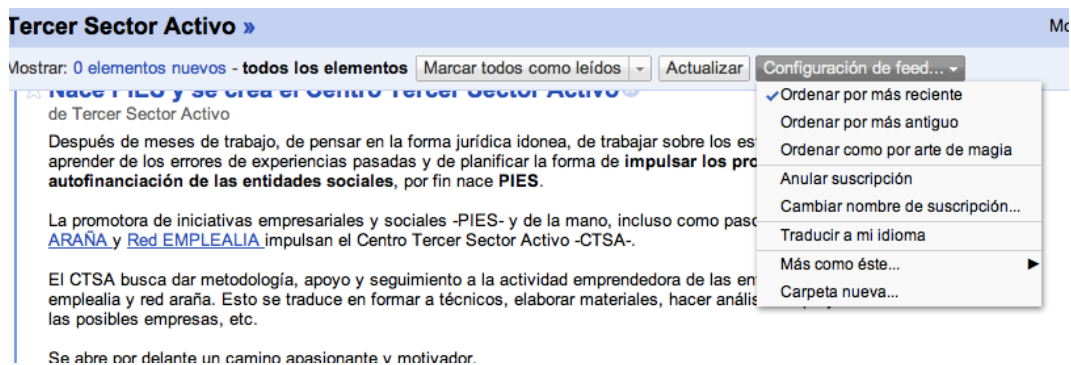
Los agregadores de RSS son muy parecidos visualmente a cualquier programa de gestión de correo. Igual que en estos últimos la columna lateral izquierda nos ofrece un resumen del contenido (mensajes sin leer, carpetas. Etc.), mientras que la parte central se utiliza para desplegar y leer ese propio contenido. En la imagen anterior todavía no aparece nada de eso, puesto que estamos ante una cuenta recién creada. Ahora vamos a empezar a agregar fuentes y en primer lugar lo vamos a hacer usando la opción de búsqueda:



Como vemos, el propio sistema de agregación nos permite realizar consultas y recuperar fuentes de información. Esto se hace utilizando el propio motor de búsqueda de Google, que está integrado y adaptado para recuperar archivos RSS. En el caso anterior he realizado una búsqueda por las palabras *tercer sector* y han aparecido

los resultados de la imagen. Ahora lo único que tengo que hacer es elegir la fuente que me interesa y pinchar sobre el botón Suscribir y, después de procesar la petición, Google Reader nos muestra las últimas anotaciones publicadas y nos añade una línea en la columna lateral con el título de la fuente y el número de items que tenemos sin leer (simplemente bajando el texto el programa lo detecta como leído y disminuye el número de pendientes).

Una vez suscritos a una fuente, podemos configurar algunos parámetros (*configuración de feed*) o clasificarla dentro de una carpeta.



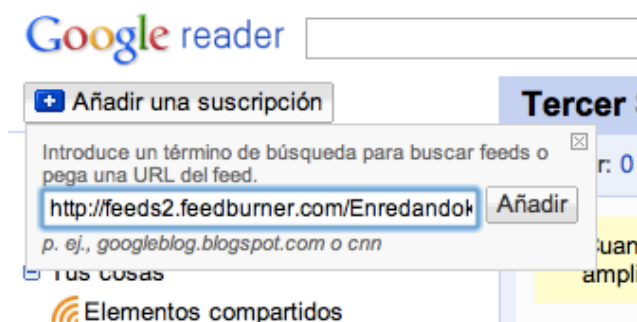
Pero es posible que queramos suscribirnos a una fuente que no hemos encontrado a través de Google Reader sino a la que hemos llegado de manera directa. En ese caso, debemos buscar la ubicación del archivo RSS y copiar su dirección url. Veamos un ejemplo usando el blog de [Asier Gallastegi](#):



En este caso localizamos el icono de redifusión en la barra lateral del blog:



Accedemos al enlace que nos muestra y una vez allí copiamos la url (también podríamos obtener directamente esa dirección desde el enlace). Con esa url, volvemos a Google Reader y usamos el botón *Añadir una suscripción*:



El sistema procesa la petición y a partir de ese momento nos mostrará los nuevos contenidos de ese blog sin necesidad de que tengamos que visitarlo directamente, acordarnos de la última anotación que habíamos leído, etc. El último paso sería, en este caso, organizar el RSS del blog bajo la carpeta que nos interese.

Todo lo anterior muy bien resumido se puede ver en el siguiente video de la gente de [Commoncraft](http://www.youtube.com/watch?v=VSPZ2Uu_X3Y): http://www.youtube.com/watch?v=VSPZ2Uu_X3Y

Identificación de fuentes de información

En el punto anterior ya hemos visto que podemos identificar fuentes de información que nos puedan interesar usando un agregador de contenidos desde RSS como Google Reader. Pero con eso no es suficiente y muchas veces podemos necesitar acudir a otras fuentes.

Sin salir del proveedor [Google](http://www.google.com), por ejemplo, podemos acudir a su buscador y realizar las búsquedas que nos permitan identificar fuentes de información útiles.



Pero lo útil de Google viene cuando sabemos sacarle todo el jugo al buscador, lo cual se consigue desde la búsqueda avanzada (esta es una funcionalidad típica de casi cualquier herramienta de este tipo). Podemos hacerla directamente usando los operadores necesarios o bien desde el apartado [específico](#) que el buscador nos ofrece (ahí podemos aprender para terminar usando directamente los operadores).

Google **Búsqueda avanzada** Sugerencias de búsqueda | Todo acerca de Google

Mostrar resultados	<input type="checkbox"/> con todas las palabras <input type="checkbox"/> con la frase exacta <input type="checkbox"/> con alguna de las palabras <input type="checkbox"/> sin las palabras	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
Número por página	Resultados por página	10 resultados <small>Esta opción no es aplicable en Google Instant.</small>
Idioma	Mostrar páginas escritas en	cualquier idioma
Región	Buscar páginas ubicadas en:	cualquier región
Formato de archivo	Mostrar resultados en formato	cualquier formato
Fecha	Mostrar las páginas web vistas por primera vez en	en cualquier momento
Presencia	Mostrar resultados en los que mis criterios estén presentes	en cualquier parte de la página
Dominios	Mostrar resultados del dominio o sitio Web	<input type="text"/>
Derechos de uso	Mostrar resultados que	Ejemplos: .org, google.com Más información
SafeSearch	<input checked="" type="radio"/> Sin filtro <input type="radio"/> Filtrar usando SafeSearch	<input type="text"/> <input type="button" value="sin filtrar por licencia"/>

Búsqueda relativa a una página

Similares	Encontrar páginas similares a la página	<input type="text"/> <input type="button" value="Buscar"/>
Enlaces	Encontrar páginas con enlaces a la página	<input type="text"/> <input type="button" value="Buscar"/>

Existen algunos filtros (tipo de archivo, idioma, etc.) y la búsqueda pura está basada en el álgebra de **Boole** (una explicación sencilla de RSánchez en RIA, Red de Innovación y Aprendizaje). Podemos usar paréntesis, comillas y algunos otros elementos específicos para marcar formatos y otros. Un ejemplo de búsqueda:

(ballenas OR cetáceos) ("océano atlántico" OR "océano pacífico") -delfines filetype:pdf

Traducido a lenguaje natural:

Documentos exclusivamente en formato pdf que incluyan el término "ballena" o "cetáceos" (cualquiera de los dos o ambos juntos) y que al mismo tiempo hablen del océano atlántico o el pacífico (usando la forma exacta "océano..."), siempre y cuando en ninguno de ellos se mencione a los delfines.

Este sería el resultado de esa **búsqueda**:

Google (ballenas OR cetáceos) ("océano atlántico" OR "océano pacífico") -delfines filetype:pdf Búsqueda avanzada

Aproximadamente 4,050 resultados (0.17 segundos)

Todo

- Imágenes
- Vídeos
- Noticias
- Más

Buscar en la Web
 Buscar sólo páginas en catalán y español y francés y inglés
 Páginas extranjeras traducidas

Todos los resultados
 Búsquedas relacionadas
 Más herramientas

[PDF] ASOCIACIONES ENTRE AVES MARINAS Y CETÁCEOS EN EL OCEANO ATLÁNTICO...

Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat - [Vista rápida](#)
 de JL Orgeira - 2004
 este estudio (Océano Atlántico Sur), pero los cetáceos a los cuales se asociaron fueron en nas y tortugas marinas en el Océano Pacífico. ...
 elibrary.unm.edu/sora/ON/v015n02/p0163-p0172.pdf

[PDF] EL OCEANO PACIFICO "LAGO ESPAÑOL"

Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat - [Vista rápida](#)
 23 Feb 2010 ... estrecho de Aníán que debía comunicar con el Océano Atlántico. ...
 Observan que hay muchas ballenas y dieron el nombre a Bahía Ballenas, ...
 www.ciccp.es/imgweb/madrid/conferencias/luis/lagoespa2.pdf

[PDF] Historia y ecología de las pesquerías del nordeste del océano Pacífico

Formato de archivo: PDF/Adobe Acrobat - [Vista rápida](#)
 de AF McEvoy - Citado por 5 - [Artículos relacionados](#)
 de las ballenas y las capturaban con armamento artesanal. En los ... tigungen científicas en el nordeste del océano Pacífico de manera ...
 www.ahistcon.org/docs/ayer/ayer11_08_pdf - [Similares](#)

Aquí tenéis un pequeño video de la gente de **Aulaclit** donde se realiza un ejemplo de búsqueda avanzada: <http://www.youtube.com/watch?v=BRlIH7ERFg>

Más allá de Google, podemos acercarnos a los medios sociales de Internet para identificar fuentes de información o bien personas que nos sirvan de punto de acceso a ellas. En concreto, una buena estrategia es intentar expresar el buscador de contenidos publicados en [Twitter](#).

En Twitter también podemos realizar búsquedas usando operadores booleanos combinados con filtros, directamente o mediante la página de búsqueda avanzada. A continuación se muestra un ejemplo de una búsqueda parecida a la anterior:

(ballenas OR cetaceos) -delfines -RT

Traducido a lenguaje natural:

Tweets que hablen de ballenas o de cetáceos pero no de delfines, sin repetir mensajes.



Para ello se excluye de la búsqueda el término RT, que se refiere a ReTweet o reenvío de tweets. No nos aseguramos no recibir lo mismo o parecido varias veces, pero sí limitamos mucho el alcance de esa repetición.

Viendo los resultados anteriores y dependiendo de nuestro interés, hay varios tweets que nos podrían servir para tirar del hilo y acabar identificando fuentes que podemos seguir en el futuro (usando Google Reader u otra herramienta parecida).

Otra herramienta excelente para recuperar contenidos de interés puede ser una plataforma de etiquetado social como [Delicious](#). Hablaremos más adelante de ello, pero ya podemos mencionar que cualquier búsqueda en esa herramienta nos puede ofrecer recursos muy valiosos directamente o puede ser susceptible de concertirse en una alerta que suscribir en Google Reader (cada búsqueda por etiqueta genera un feed RSS).



The screenshot shows the Delicious website interface. At the top, there's a navigation bar with 'Home', 'Bookmarks', 'People', and 'Tags'. Below that, the page title is 'Recent ballenas Bookmarks'. A search bar contains the tag 'ballenas'. The main content area lists several bookmark entries:

- 22 FEB 11** [Whale Watch España - Avistamiento de cetáceos Tarifa Estrecho de Gibraltar](#) by Cristina Holgado Sáez. Tags: avistamiento, ballenas.
- 20 FEB 11** [Atractivos Turísticos de México: Los Cabos, paraíso en el Pacífico mexicano en la GuíaTurísticaMexico.com](#) by Jorge Garza. Tags: Los cabos, méxico, MX, baja, california, sur, gtmx, guiaturisticamexico, surf, deportes, extremos, playas, buceo, pesca, deportiva, ballenas.
- 15 FEB 11** [AL pide a Japón cese de "caza científica" de ballenas | Áreas Protegidas de México](#) by dauidaustria. Tags: ballenas.
- 31 JAN 11** [Turismo de Avistamiento de Cetáceos](#) by Bárbara. Tags: ecoturismo, observación, cetáceos, ballenas.

Creación de alertas

No vamos a descubrir nada nuevo diciendo que cada día se trabaja más con información y que ésta es cada vez más abundante... produciendo dos posibles problemas:

- Pérdida de información. Es lo que documentalmente se denomina silencio informativo: no recuperamos documentos que necesitaríamos.
- Demasiada información. En este caso hablamos de ruido informativo: hay tanta oferta disponible que no llegamos a identificar lo que de verdad nos es útil. De aquí se llega al fenómeno llamado infoxicación o de sobrecarga informativa (más información en la [Wikipedia](#))

Lo habitual en nuestro entorno cuando se detecta una necesidad informativa es acudir a un buscador (típicamente Google) y pedirle lo que queremos. Eso es correcto y va a seguir así (aunque complementando con herramientas como las vistas en el apartado anterior) cada vez que tengamos una nueva necesidad, pero existen otras necesidades que son recurrentes y para las cuales tener que repetir las búsquedas una y otra vez no es sino una reiteración innecesaria y una pérdida de tiempo. Por fortuna, existe la posibilidad de crear alertas y automatizar en buena medida el proceso.

Hace algún tiempo existían varias opciones para crear alertas, pero hoy en día lo más eficiente es usar las que ofrece Google: [Google Alerts](#).

Aunque en general no es bueno usar una única herramienta para realizar búsquedas ya que los resultados pueden diferir. Por eso, para las alertas podemos usar Google pero no está de más que regularmente comprobemos si existen nuevos resultados en otros buscadores. [Bing](#) podría ser uno de ellos.

En Google Alerts realizamos una búsqueda normal y corriente, aunque el servicio nos deja elegir entre varios criterios:

- Tipo de fuente:
 - Todo
 - Noticias
 - Blogs
 - Tiempo real (Twitter)
 - Video
 - Foros de debate
- Frecuencia
 - Cuando se produzca
 - Una vez al día
 - Una vez a la semana
- Volumen
 - Solo los mejores resultados (por relevancia según el algoritmo del buscador)
 - Todos los resultados

Al crear una alerta el servicio nos ofrece recibir los resultados por correo electrónico, pero si lo preferimos podemos usar un agregador de RSS (de ese modo, centralizaremos las distintas búsquedas en un único lugar). El enlace correspondiente de cada alerta aparece en la página de gestión de las mismas.

				Ver en Google News
<input type="checkbox"/> fesabid	Todo	cuando se produzca	Sólo los mejores resultados	Feed  Ver en Google Reader
<input type="checkbox"/> restaurant.manresa	Tiempo real	cuando se produzca	Todos los resultados	Feed  Ver en Google Reader
<input type="checkbox"/> salut_OR "consorci hospitalari de vic" OR chv site:osona.com OR site:el3nou.cat	Todo	cuando se produzca	Sólo los mejores resultados	Feed  Ver en Google Reader
<input type="checkbox"/> uvic	Todo	cuando se produzca	Sólo los mejores resultados	Feed  Ver en Google Reader
<input type="checkbox"/> xons_OR xon's_OR "xon's hotels" OR "xons.valencia" OR "compte d'empuries"	Todo	cuando se produzca	Sólo los mejores resultados	Feed  Ver en Google Reader

Lo interesante en Google Alerts es aprovechar las posibilidades de búsqueda avanzada que ofrece el buscador y que hemos visto en el punto anterior.

Herramientas de recuperación centralizada de la información:

Google Reader

Ya se ha apuntado anteriormente una herramienta que nos puede servir para aglutinar todo lo que recibimos documentalmete hablando: Google Reader. Si podemos recibir todo o casi todo lo que necesitamos mediante RSS (fuentes completas, búsquedas...), entonces es una herramienta ideal. Para luchar contra la avalancha documental de tener entradas de lo más variopinto en un mismo contenedor final, podemos organizar este contenedor creando parcelas separadas según nuestros intereses. Google Reader nos permite hacerlo creando carpetas y asignando cada hilo RSS a una o varias de las carpetas creadas.



Algo muy bueno que tiene Google Reader es que permite tomar varias decisiones con respecto a cada ítem informativo que se recibe en el sistema:

- Destacar: es como un listado de recursos favoritos sobre los que podemos volver después
- Compartir: podemos usar Google Reader conectados a otros usuarios a los cuales informamos mediante esta opción. Son nuestros enlaces recomendados para todos los contactos de Google. Hay otra opción para compartir añadiendo una nota personal al contenido.
- Correo electrónico: podemos enviar el contenido, pero a una o varias personas concretas.
- Enviar a: esta opción sirve para enviar enlaces a los recursos a redes sociales como Facebook o Twitter, pero también a herramientas de productividad como [Evernote](#).

Netvibes

[Netvibes](#) se define como una herramienta que permite configurar una página de inicio. Cada usuario dispone de un panel en blanco donde puede añadir infinidad de módulos informativos de todo tipo y organizarlos en distintas pestañas. Existen módulos predefinidos, otros que nos permiten cierta configuración (por ejemplo, para insertar directamente una página web externa) y la posibilidad de integrar contenido de cualquier lugar usando hilos RSS.



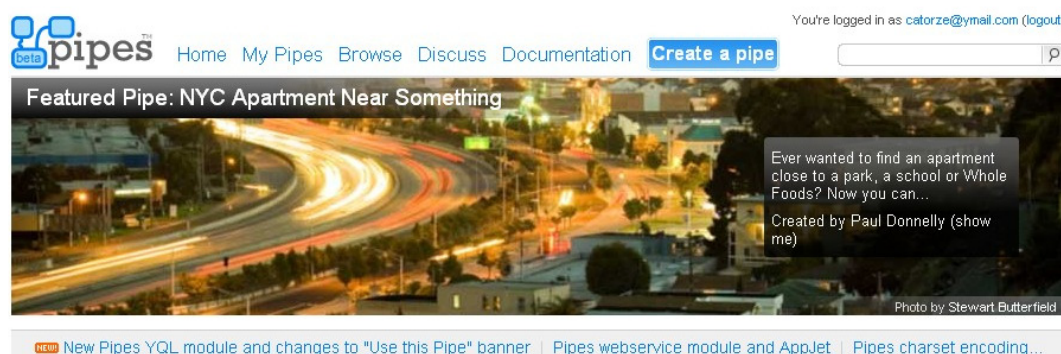
A continuación se puede ver en un video cómo se podría crear una pestaña para recibir información de vario tipo sobre Hondarribia: <http://www.youtube.com/watch?v=WqfeEtI2GNw>

Combinando hilos RSS

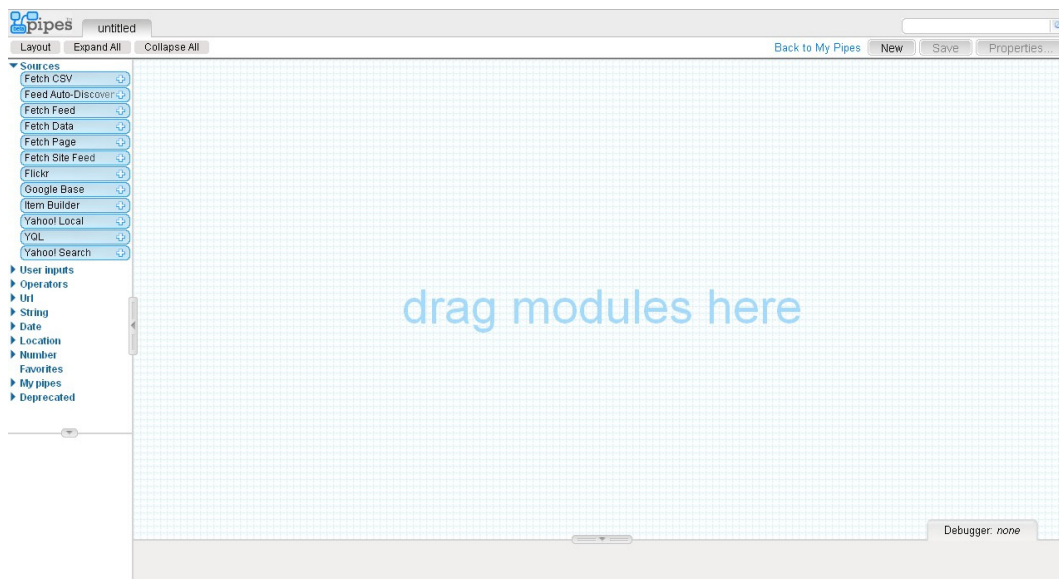
Hasta ahora hemos aprendido las ventajas que nos puede reportar el RSS en la tarea de estar informados así como a identificar dónde tenemos esa tecnología disponible, centralizarla en un único lugar y dotarla de cierta organización (por carpetas, en módulos y pestañas...). Pero tenemos margen de mejora, ya que por lo visto hasta ahora si identificamos un número determinado de hilos RSS deberemos gestionar ese mismo número. No obstante, en ocasiones puede interesarnos agrupar varios hilos en uno para suscribirnos solo a ese uno (o si usáramos el RSS para redifundir contenidos, para hacer la configuración más sencilla) y no a todos por separado. Para conseguirlo, una herramienta muy útil es Yahoo Pipes.

Yahoo Pipes

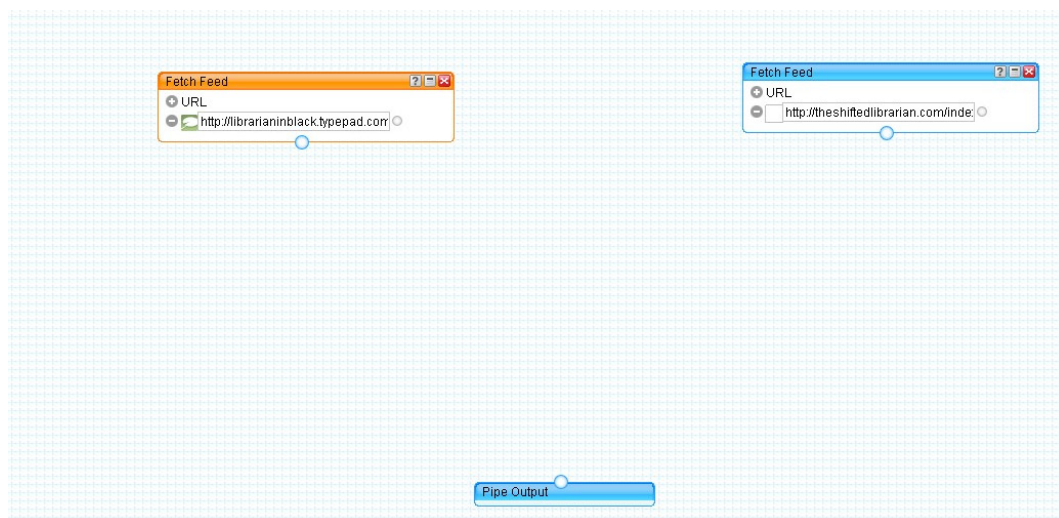
Yahoo Pipes nos permite trabajar con distintas fuentes de datos y conseguir resultados muy interesantes. De hecho, podríamos hacer muchas más cosas que se salen del tema que nos ocupa, así que si alguien tiene tiempo y ganas de ir más allá le recomiendo que se entretenga con ello. Aquí nos vamos a centrar en lo explicado anteriormente: fusionar feeds RSS.



Al entrar a la pantalla de creación de un pipe vemos dos áreas diferenciadas: la lista de herramientas (barra lateral) y la mesa de trabajo (superficie central). Para añadir herramientas a la mesa de trabajo lo único que tenemos que hacer es arrastrarlas y dejarlas donde nos parezca mejor.

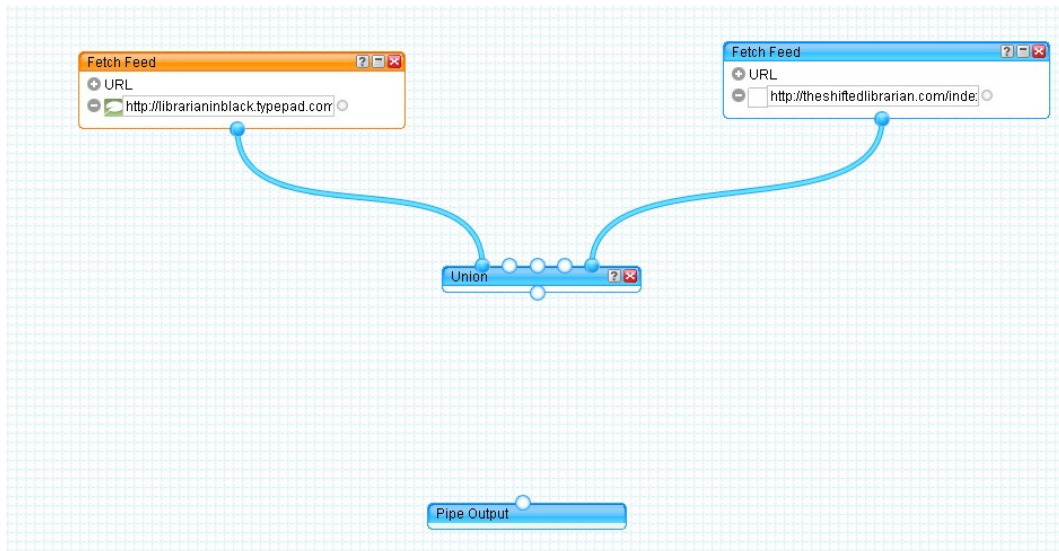


Lo que vamos a hacer es convertir los archivos RSS de dos blogs en uno único que mezcle las anotaciones de ambos. En concreto vamos a usar [The shifted librarian](#) y [Librarian in black](#). Arrastramos dos módulos de los llamados *Fetch feed* e introducimos en ellos la url de redifusión de los dos blogs (en realidad con uno de esos módulos sería suficiente, ya que admiten más de una url, pero prefiero hacerlo así para poder ver más elementos de Pipes que nos pueden ser útiles):

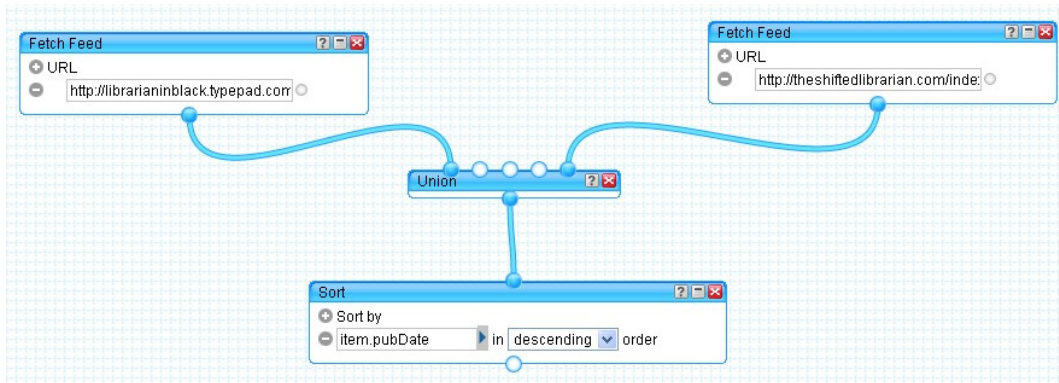


Como se puede observar, tenemos los dos módulos con las fuentes RSS en la parte superior y otro módulo en la parte inferior llamado *Pipe output*. Este último está presente siempre y es el módulo de proceso y salida. Por lo tanto, cuando queramos dar por terminado el *pipe* y ver los resultados tendremos que unir el último elemento a este módulo para que procese todo el conjunto.

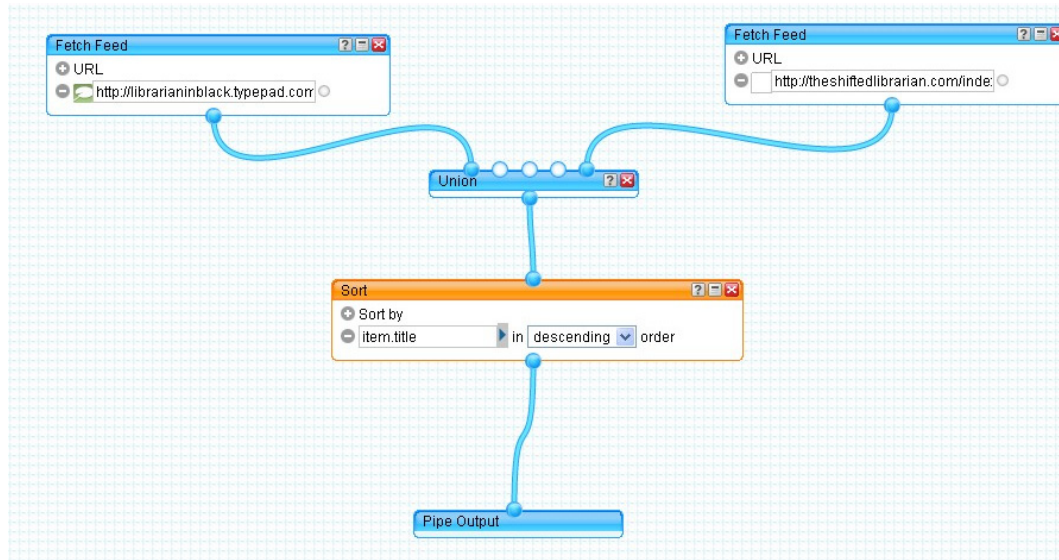
De momento lo que vamos a hacer es unir los dos RSS que tenemos todavía separados. Para ello introducimos en la mesa de trabajo un módulo *Union* y les unimos los dos anteriores usando el arrastre del ratón.



De esa unión ya saldría un RSS único, pero el sistema ordenaría los resultados separadamente (primero las anotaciones de un blog, y luego las del otro). Así que vamos a introducir un módulo de ordenación y configurarlo de modo que ordene por fecha de publicación y de más nuevo a más antiguo.



Ahora ya podemos unir al módulo final y procesar:



Una vez hemos terminado y guardado todo, Yahoo Pipes nos muestra el resultado y nos ofrece distintas opciones de consulta:

blogexample

[Click to add description](#)

Pipe Web Address: http://pipes.yahoo.com/javier_leiva_misblogs/wp_gnbwt3hGEdZlu0z6skA (edit)

★ [Edit Source](#) [Delete](#) [Publish](#) [Clone](#)

Use this Pipe

 Get as a Badge
  MY YAHOO!
  Google
  Get as RSS
  Get as JSON
 [More options](#)

List

25 items

"I Will Build a Door"

There are days when it's really tough living on the front end of the bell curve, and clearly Dave Lankes had one of those last week. But instead of letting it get him down, it caused him to redouble his efforts and even write an inspirational post for the rest of us. (Emphasis below is [...])

Who Is Managing Your Online Identity?

I've been thinking a lot more about online privacy for the last couple of years, so I was already prepared for the current controversy over Facebook's change in its Terms of Service, and it wasn't much of a shock to me. I've never really posted pictures there, imported my own blog posts, or posted links [...]


Twitter on ALA and Some Advice





Going into ALA's Midwinter Meeting last month, I knew Twitter was going to play a much more prominent role than it had in the past. It's been used heavily at other librarian conferences, but usually in a more social way or as commentary on content during the event. However, Midwinter is a different beast, as [...]

Twittephemeralness

Sometimes we tell people that things live forever on the internet and that anyone can find them (so don't post that picture of yourself drinking alcohol, young man), but I want to highlight how some important things from just a couple of months ago are becoming impossible to find. If we're not careful, the haystack [...]

Se puede observar un logo de Google. Nos permite suscribir directamente la fuente a nuestra cuenta de Google Reader.

Suscripciones 

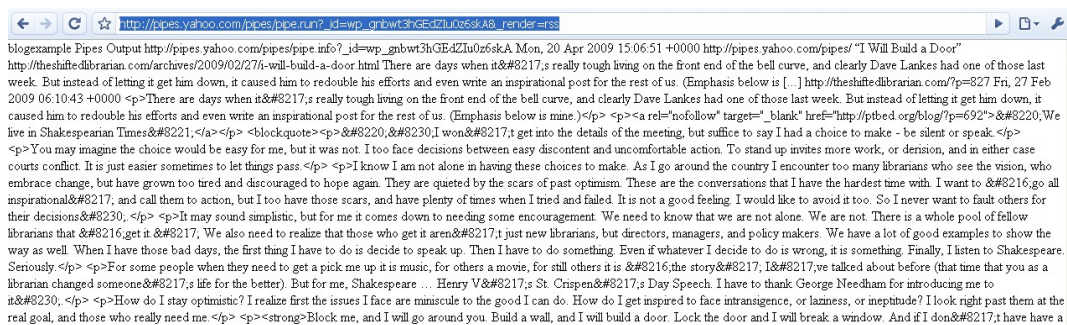
-  **Bibliotecas (32)**
-  **Librophiliac Love Let... (6)**
-  **The Shifted Librarian (1)**
-  **blogexample (25)**

Podemos verlo en forma de videotutorial:
<http://www.youtube.com/watch?v=sdzIMt5TiDs>

RSS y difusión

Del mismo modo que el formato RSS nos sirve a nosotros para consumir información, a los demás también les puede servir para consumir la nuestra (o la que nosotros les proporcionemos). A través de la redifusión estamos permitiendo a cualquiera estar al día de lo que publicamos o seleccionamos de un modo muy fácil y para nosotros no representa ningún esfuerzo añadido.

Por ejemplo, si tenemos un blog en Wordpress podemos usar directamente la url del RSS para integrar los resultados de lo que acabamos de hacer. En primer lugar obtenemos dicha url (la del Pipe):



Y con ella nos vamos a la zona de administración de nuestro blog, concretamente al apartado *Widgets* dentro de la zona de diseño.

del.icio.us	Añadir	
Páginas	Añadir	Las páginas de tu blog
Calendario	Añadir	Un calendario de las entradas de tu blog
Archivos	Añadir	Un archivo mensual de las entradas de tu blog
Enlaces	Añadir	Tus enlaces
Meta	Añadir	
Buscar	Añadir	Formulario de búsqueda en el blog
Entradas recientes		Las entradas más recientes de tu blog
Nube de etiquetas	Añadir	Las etiquetas más usadas en forma de nube
Categorías	Añadir	Una lista o desplegable de categorías
Texto	Añadir	Texto o HTML a voluntad
RSS	Añadir	Entradas de un canal RSS o Atom.

You are using 2 widgets in the sidebar.
 Añadir de la sección de Widgets Disponibles.

[Texto: Bienvenidos](#) [Editar](#)

[Entradas recientes](#) [Editar](#)

[Guardar cambios](#)

Allí todo lo que tenemos que hacer es añadir y configurar un módulo de los llamados RSS:

[Texto: Bienvenidos](#) [Editar](#)

[Entradas recientes](#) [Editar](#)

RSS [Cancelar](#)

Escribe el URL del canal RSS:

El título del canal (opcional):

¿Cuántas entradas quieres mostrar? ▼

¿Mostrar contenido del artículo?

¿Mostrar el autor si es posible?

¿Mostrar fecha del artículo?

[Guardar cambios](#)

Y una vez guardado, tendremos el resultado final en la barra lateral de nuestro blog:



Bibliotecas

- » ["I Will Build a Door"](#) Febrero 27, 2009
- » [Who Is Managing Your Online Identity?](#) Febrero 18, 2009
- » [Twitter on ALA and Some Advice](#) Febrero 27, 2009
- » [Twittphemeraliness](#) Marzo 24, 2009
- » [Thomas Frey at TSCPL #staffday](#) Febrero 16, 2009
- » [Texas Library Association presentation: Methods for Staying Current and Dealing with Information Overload](#) Abril 8, 2009
- » [See Sarah at Computers in Libraries or Texas Library Association](#) Marzo 24, 2009
- » [PCMA Presentation: Embracing Free Technology in a Global Recession](#) Marzo 6, 2009
- » [Meet Me for Tee at DGPL on March 8](#) Marzo 4, 2009
- » [Internet Librarian 2009 - submit presentations now!](#) Marzo 24, 2009

Así pues, vemos que podemos crear productos nuevos a partir de otros y que podemos integrar fácilmente los resultados en sitios distintos a los originales.

Gestión del conocimiento compartido

Trabajo en grupo pero a distancia

¿Quién no ha vivido el desarrollo de un proyecto en el que se han intercambiado gran cantidad de versiones de un mismo documento por correo electrónico antes de darlo por terminado? Esta forma de proceder ha permitido elaborar textos a distancia entre un equipo y trabajar con ellos de modo que cada miembro podía realizar las modificaciones que considerase pertinentes antes de enviar la nueva versión al resto de integrantes de ese equipo. En ese momento alguien modificaba de nuevo la versión y volvía a enviarla al resto. Es desde luego un gran avance frente a la obligación de estar todo el equipo reunido en un mismo lugar y momento para poder avanzar en un trabajo, aunque conlleva algunos problemas:

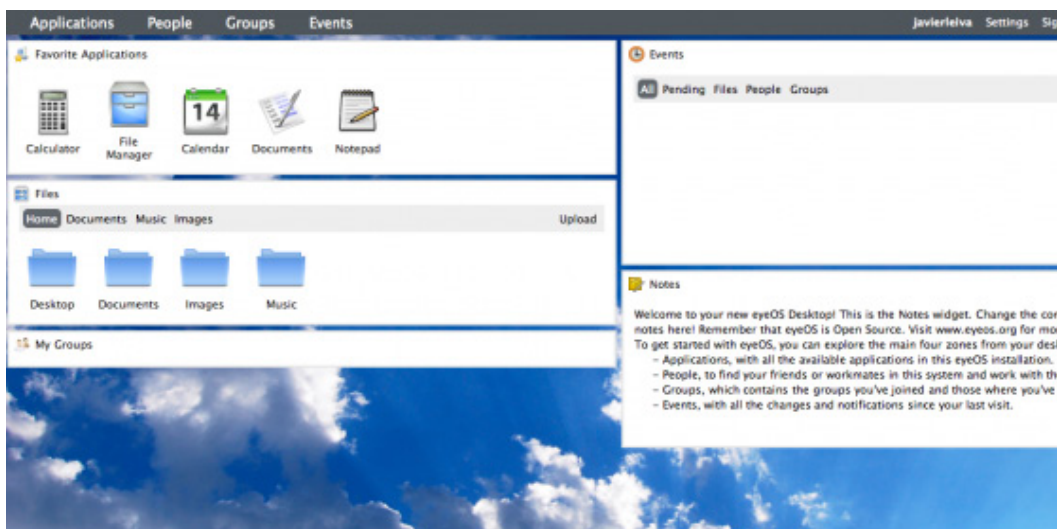
- Confusión con las versiones: llega un punto en que cada persona del equipo dispone de un montón de copias del documento, y cada una de ellas es distinta a las demás fruto de la evolución del contenido. No siempre es fácil identificar cuál es la más nueva (o la que se considera correcta), con lo cual podría darse el caso de que alguien modifique una versión que no toque y la distribuya, perdiéndose parte del trabajo.

- Volumen de datos: en vez de trabajar puramente de forma acumulativa, con cada revisión se envía por correo una nueva copia del documento a cada miembro. Eso implica un gran volumen de datos, tanto de transmisión como de almacenamiento en el ordenador de cada persona o en el buzón de correo.
- Se pierde el histórico: pese a que se dispone de distintas versiones de un mismo documento, su consulta y comparación no es fácil y suele conllevar un riesgo de confusiones.

Para solucionar estos y otros problemas, actualmente los grupos de trabajo tienen la opción de trabajar con aplicaciones que desarrollan su tarea en lo que ha venido en denominarse la nube. El término proviene del original cloud computing y podemos usar parte de la [definición de la Wikipedia](#) para acercar su alcance:

En este tipo de computación todo lo que puede ofrecer un sistema informático se ofrece como servicio, de modo que los usuarios puedan acceder a los servicios disponibles "en la nube de Internet" sin conocimientos (o, al menos sin ser expertos) en la gestión de los recursos que usan.

La definición tiene un alcance amplio porque se refiere a sistema, así que estamos hablando de todo tipo de herramientas: un Sistema Operativo completo como [EyeOS](#), la propia [Wikipedia](#), un procesador de textos, etc.



Así pues, cuando trabajamos en la nube estamos usando nuestro ordenador como si de un simple terminal se tratase, ya que la mayor parte de funciones de procesamiento de la información e instrucciones se realizan en un servidor remoto. Esto obliga a que los requerimientos de máquina se desplacen hacia afuera y los usuarios puedan realizar muchas más tareas con un ordenador no tan potente como el que necesitarían para realizar todo ese proceso en local. Como contrapartida, es necesario disponer de una buena conexión a Internet y elegir plataformas que garanticen un funcionamiento fluido, las suficientes opciones de configuración como para permitirnos hacer el trabajo que necesitamos y la certeza de que nuestros datos están seguros (en cuanto a

privacidad, pero también en cuanto a permanencia y copias de seguridad). Este último aspecto es crítico y el que más suele preocupar (con razón) a las organizaciones que deciden empezar a trabajar con esta nueva filosofía.

En este texto nos vamos a centrar en dos herramientas que funcionan en base al trabajo en la nube:

- Google Docs como ejemplo de suite ofimática
- Dropbox como sistema para almacenar y compartir archivos a modo de disco duro virtual

Google Docs

La plataforma [Google Docs](#) es una suite ofimática muy completa que ha ido evolucionando a partir de Writely, un procesador de textos lanzado al mercado en 2005 por la empresa Upstartle.



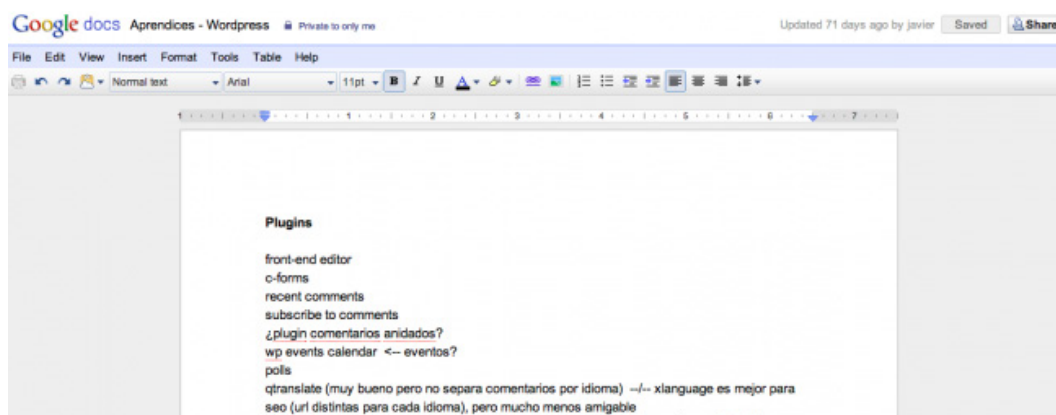
En marzo de 2006, la empresa Google anunció que había comprado Writely y le añadió la herramienta Google Spreadsheet, poniendo a disposición de todo el mundo de forma gratuita una primera versión todavía rudimentaria de Google Docs.

Desde 2006 hasta ahora Google Docs ha evolucionado mucho y actualmente permite crear y editar de forma individual o colectiva los siguientes tipos de documentos:

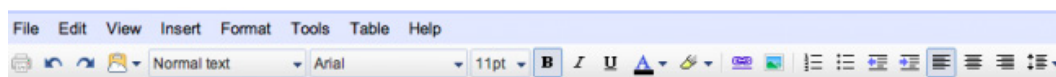
- Documentos de texto
- Hojas de cálculo
- Presentaciones
- Formularios
- Dibujos

Documentos de texto

Visualmente, la herramienta no nos parecerá extraña si estamos habituados a trabajar con paquetes ofimáticos.



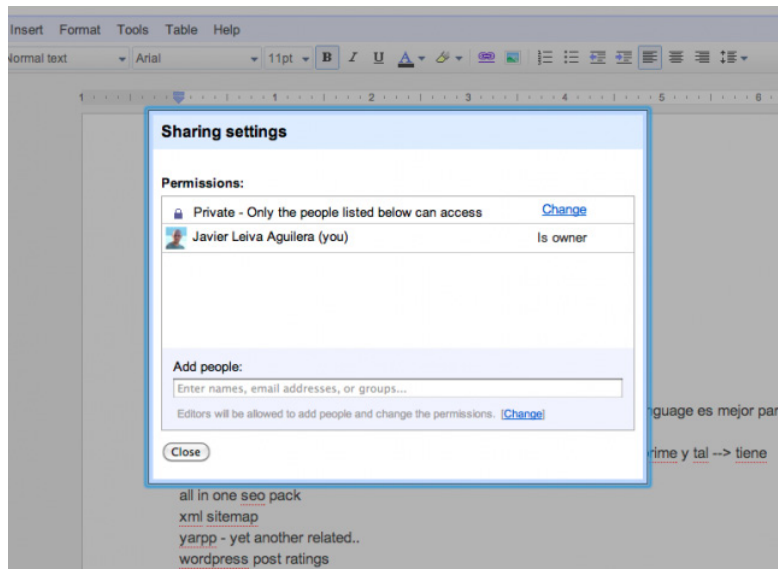
Si vemos en detalle la barra de herramientas de la imagen anterior, comprobamos que es muy parecida a la de cualquier procesador de textos tipo Openoffice o Microsoft Word.



Podemos observar botones de formato, de alineación, listas, sangrados, corrección ortográfica, guardado e impresión. Si desplegamos los enunciados del menú superior (File, Edit...) encontramos también elementos típicos de este tipo de herramientas: tablas, guardar como, buscar y reemplazar, insertar imágenes, dibujos o imágenes, etc. Otras opciones son menos habituales y tienen que ver con el modo de trabajo. Estas son seguramente las que ofrecen parte del atractivo de trabajar en la nube:

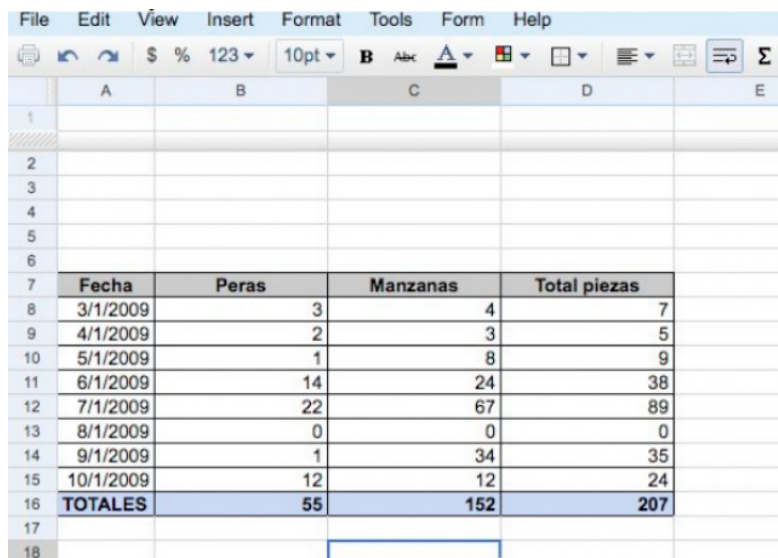
- Histórico de versiones: ahorrándonos las interminables listas de correos electrónicos con distintas versiones del mismo documento, Google Docs permite sin embargo la consulta de este dato. Además, lo hace tomando el estilo de los wikis haciendo de la consulta algo realmente cómodo (orden del versionado y comparación entre versiones)
- Editar en html y css: pese a ser un editor de textos orientado al sistema WYSIWYG, (*What You See Is What You Get*), permite total flexibilidad y por lo tanto la creación de documentos con cualquier apariencia final.
- Descarga en múltiples formatos: html, pdf, rtf...
- Compartir: podemos compartir cualquier documento y bajo distintos grados de permiso: ver, editar, editar e invitar... e incluso enviar directamente un documento por correo electrónico y en el formato deseado. Es gracias a esta opción que podemos sacarle partido al trabajo colaborativo, asíncrono y a distancia para solucionar algunos de los problemas enumerados más arriba.
- Publicación: además de compartir para el trabajo colaborativo o para la difusión entre un reducido número de usuarios, Google Docs permite publicar cualquier documento como página web. Si lo hacemos, el propio sistema nos proporcionará una dirección URL pública para enviar a quien nos interese.

- Integrar un documento en una web externa: del mismo modo que podemos publicar un video de Youtube dentro de cualquier página web, esta aplicación nos permite hacer lo propio con cualquier documento de texto. Además, si una vez publicado lo editamos desde Google Docs, el documento mostrado externamente se actualizará de forma automática.



Hojas de cálculo

Se trata de otra de las herramientas imprescindibles de cualquier paquete ofimático que se precie, y como ocurre en otras propuestas aquí podemos realizar cálculos de distinta complejidad organizando la información en filas y columnas.



	A	B	C	D	E
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7	Fecha	Peras	Manzanas	Total piezas	
8	3/1/2009	3	4	7	
9	4/1/2009	2	3	5	
10	5/1/2009	1	8	9	
11	6/1/2009	14	24	38	
12	7/1/2009	22	67	89	
13	8/1/2009	0	0	0	
14	9/1/2009	1	34	35	
15	10/1/2009	12	12	24	
16	TOTALES	55	152	207	
17					
18					

Al igual que los documentos de texto, las hojas de cálculo pueden ser utilizadas para muy distintos objetivos. Google Docs los permite, así que podemos gestionar por ejemplo:

- Presupuestos
- Tesorería
- Calendarios
- Facturas
- Listas
- Timings
- Cuadros de amortización de préstamos
- Listas de contactos
- Tablas de alimentos
- Stocks
- Etc.

Para muchos de estos documentos hay modelos disponibles en el apartado [Public templates](#) (y no solo para hojas de cálculo sino también para los otros formatos). Estas plantillas, que pueden ser usadas a voluntad, han sido creadas por el propio equipo de Google o por otros usuarios. Así pues, cualquiera de nosotros puede crear una nueva y compartirla con el mundo si lo desea.

Presentaciones

Las presentaciones tipo Powerpoint se pueden crear directamente online gracias a Google Docs. Además, Google ha introducido dos herramientas muy útiles: la posibilidad de que los usuarios puedan ver y comentar a tiempo real las diapositivas así como la de usar la propia interfaz de Google Docs para mostrar la presentación en público (físicamente en una aula o sala de conferencias, se entiende).



Google Presentation permite incluir en los documentos documentos audiovisuales como videos de modo que al hacer la presentación se pueden mostrar sin tener que salir de ella.

Formularios

El formato de formularios ha sido el penúltimo en incluirse en el paquete y es realmente útil porque permite no sólo crear documentos para uso interno, sino que podemos publicarlos o directamente integrarlos en otra página web de forma totalmente transparente.

De esta manera podemos crear formularios de inscripción o de contacto, encuestas o de cualquier otro tipo de formulario. Queda destacar la posibilidad de combinar los formularios con las hojas de cálculo de modo que podemos, por ejemplo, obtener automáticamente el vaciado de los resultados de una encuesta. Dichos datos se muestran en forma de filas o columnas o convertidos a gráficos y listados de respuestas libres. A continuación podemos ver tres capturas ilustrativas (formulario, hoja de cálculo y vaciado):

Contenidos del curso *

1 2 3 4 5

Muy mal Muy bien

Ejercicios prácticos *

1 2 3 4 5

Muy mal Muy bien

Consultor del curso (disponibilidad, rapidez en las respuestas, etc.) *

1 2 3 4 5

Muy mal Muy bien

Aula (instalaciones) *

1 2 3 4 5

Muy mal Muy bien

Valoración general del curso *

1 2 3 4 5

Muy mal Muy bien

Observaciones

Si hay algún comentario que quieras realizar, utiliza este espacio

	A	B	C	D	E	F	G
1	Timestamp	Contenidos del curso	Ejercicios prácticos	Consultor del curso (disponibilidad, rapidez en las respuestas, etc.)	Aula (instalaciones)	Valoración general del curso	Observaciones
18	11/3/2010 14:38:07	5	5	5	2	5	
19	11/3/2010 15:43:32	4	4	4	3	4	
20	11/3/2010 16:02:40	4	3	4	1	4	
21	11/3/2010 16:06:06	5	5	5	3	5	
22	11/3/2010 16:08:16	5	5	5	4	5	
23	11/3/2010 16:20:51	4	4	5	3	4	
24	11/3/2010 16:30:56	4	4	5	3	4	
25	11/3/2010 16:38:48	5	5	5	2	4	
26	11/3/2010 17:06:37	5	5	5	1	5	
27	11/3/2010 17:09:51	4	4	4	3	4	
28	11/3/2010 17:13:07	3	4	3	5	3	
29	11/3/2010 17:30:06	5	5	5	5	5	
30	11/3/2010 17:39:50	3	4	4	4	4	
31	11/3/2010 17:48:21	5	4	5	3	4	
32	11/3/2010 17:56:44	4	4	4	4	4	
33							Primeran egon da, sureko bezala. Eta sureko bezala oraingoan ere esan behar det praktikotasunari begira nere liburategiko kasuan ezin izango det gauza guzti hauek "martxan" jart, baina dana dala oso, oso ondo egon da.
34	11/3/2010 18:03:43	5	5	5	5	5	
35	11/3/2010 18:25:22	4	4	4	3	4	
36	11/3/2010 18:31:21	5	4	4	1	4	

61 **responses**

Summary [See complete responses](#)

Contenidos del curso



1 - Muy mal	0	0%
2	0	0%
3	7	11%
4	28	46%
5 - Muy bien	26	43%

Ejercicios prácticos



1 - Muy mal	2	3%
2	2	3%
3	8	13%
4	27	44%
5 - Muy bien	22	36%

Otras herramientas de edición de textos

Es importante conocer la existencia de otras plataformas de similares características o complementarias. De este modo, y ante una necesidad determinada, cada uno de nosotros podrá evaluar las características particulares de cada herramienta y decidir así la mejor opción para su conveniencia.

- [Reviewbasics](#) Intercambio de ideas y construcción colaborativa de textos.
- [Wridea](#) Herramienta para realizar sesiones de lluvia de ideas a distancia.
- [Writeboard](#) Procesador de textos colaborativo.
- [Sixty](#) Permite compartir documentos de texto, fotografía, video o notas con cualquier persona.
- [Vyew](#) Para elaborar presentaciones y seminarios web.

Plataformas para alojar documentos ofimáticos

Google Docs y las plataformas del listado anterior alojan los documentos que creamos en ellos (incluso en ocasiones documentos creados externamente y en distintos formatos: pdf, doc, jpg, etc.). Pero existen algunas otras que es recomendable revisar por si nos pueden resultar útiles:

- [Slideshare](#)
- [Scribd](#)
- [Docstoc](#)
- [issuu](#)
- [Gazhoo](#) Para comprar y vender documentos

Dropbox

[Dropbox](#) es un sistema de almacenamiento de archivos online. Esto no tendría nada de particular (existen otros muchos) si no fuera por cuatro características esenciales:

- Gran capacidad de almacenamiento
- Sincronización automática a tiempo real en distintos dispositivos
- Multiplataforma (Windows, Mac, Linux e incluso para algunos teléfonos móviles)
- Posibilidad de trabajar de forma sincronizada entre varios usuarios (sincroniza las copias en local)

La cuenta básica gratuita de Dropbox permite almacenar hasta 2GB de información (aunque tienen un sistema de referidos que alarga ese espacio varias GB más).

Además, tiene dos versiones de pago con más espacio de almacenamiento.

Al dar de alta una cuenta en Dropbox debemos descargar el programa que gestionará nuestra cuenta. Lo que hace dicho programa es crearnos una carpeta en el sistema donde se realizarán las sincronizaciones, de modo que a partir de ese momento simplemente deberemos guardar allí los documentos que queramos conservar con seguridad. Dado que el trabajo lo realizamos en local no necesitaremos tiempo de proceso externo, y simplemente al guardar el documento la versión en línea se actualizará (también lo hará en los otros ordenadores donde usemos la cuenta al ponerlos en marcha).

Vamos a ver lo más destacable de Dropbox en un pequeño cuadro:

Posibilidad	Aplicación
Sistema de backup	Guardar nuestros archivos más preciados en la nube. Si tenemos un problema con nuestro ordenador (o con todos si usamos más de uno), siempre podremos volver a descargarlo todo desde nuestra cuenta en Dropbox. Si el problema ocurre en Dropbox, seguiremos teniendo los contenidos en local.
Sincronización automática	Dado que podemos usar una misma cuenta en distintos ordenadores, siempre tendremos en cada uno de ellos la versión actualizada de esos archivos.
Trabajo en grupo	Podemos crear una cuenta y usarla como grupo, de tal modo que distintas personas trabajen sobre el mismo repositorio. También podemos hacerlo con distintas cuentas compartiendo carpetas y todo el contenido dentro de ellas.
Compartir	Dropbox incluye una carpeta cuyo contenido es público. Para compartir los archivos que introducimos en ella, el sistema nos proporciona una dirección URL. También podemos compartir carpetas concretas con otros usuarios, como señalaba en el apartado anterior.

Herramientas para compartir recursos en línea

Antes hemos hablado muy brevemente de Delicious para hacer notar su utilidad a la hora de recuperar contenidos, y ahora vamos a extendernos un poco más en la naturaleza de este recurso. Pertenece al grupo de los llamados lugares de etiquetado social. En ellos el propósito es simple: extender la funcionalidad del navegador como lugar donde guardar los favoritos de Internet dotando la posibilidad de organizar mucho mejor esos favoritos al tiempo que dándole un sentido social. Veamos un video de Commoncraft donde se explica muy claramente de qué se trata y cuáles son sus características más importantes: <http://www.youtube.com/watch?v=OH4fdzxaHN4>

Así pues, tenemos un lugar donde podemos centralizar todos los recursos que nos interesan. Los etiquetamos para poder recuperarlos después y de ese modo otros pueden recuperar nuestros recursos etiquetados al tiempo que nosotros recuperamos los suyos. El todo es más que la suma de las partes: cada uno trabaja para si mismo y el conjunto hace que el trabajo realizado cunda mucho más. En Delicious y otros sistemas similares tenemos un buscador de contenidos fantástico, ya que trabaja sobre recursos que previamente alguien ha etiquetado (y en cierto modo recomendado); se trata de un filtro humano hecho a priori.

Delicious tiene otra utilidad: nos permite llevarnos nuestros favoritos a otra parte. A medida que vamos etiquetando recursos nuestra cuenta va aumentando y cada una de las etiquetas usadas va subiendo en número de resultados. Eso da como producto una nube de etiquetas por la que se puede navegar para acceder a los recursos. Dado que Delicious permite publicar esa nube de etiquetas en webs externas al servicio, hay muchas personas que integran los recursos etiquetados en su blog o similares. De ese modo, el lector puede informarse con lo que el autor publica directamente pero también con las recomendaciones de sitios externos que hace. Se trata de otro modo más de informarse: seguir las recomendaciones de un experto.

Tag Cloud: Popular

KEY: **green tags** are tags you have in common with everyone else.

Sort: Alphabetically | [By size](#)

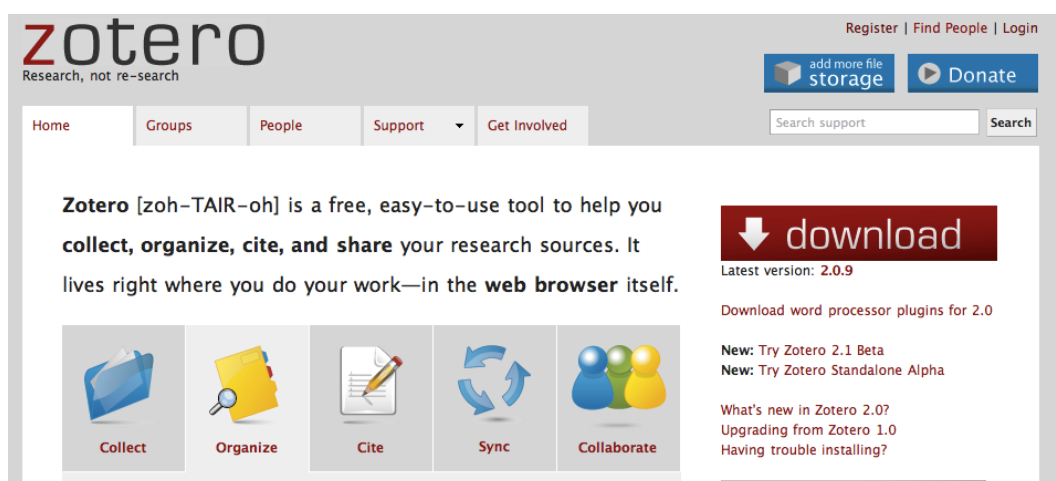
.net 2008 3d advertising ajax and animation api apple architecture **art** article articles artist audio **blog** blogging **blogs** book books browser **business** car **cms** code collaboration comics community computer converter cooking cool **css** culture data database **design** Design desktop **development** diy documentation download downloads drupal **ebooks** economics **education** electronics email entertainment environment fashion fic film finance firefox **flash** flex **flickr** food forum **free** freeware fun funny gallery game **games** geek **google** government graphics green guide hardware health history home **hosting** house **howto** html humor icons illustration images imported information **inspiration** interactive interesting **internet** iphone japan java **javascript** jobs jquery kids language learning library **linux** list lists literature **mac** magazine management maps marketing math media microsoft mobile money movie movies mp3 **music** network networking **news** online **opensource** osx people phone photo **photography** photos **photoshop** **php** **plugin** **podcast** **politics** portfolio privacy productivity **programming** psychology python radio rails realestate recipe recipes **reference** religion research resources reviews **rss** ruby rubyonrails school **science** search security **seo** shop **shopping** social socialnetworking **software** statistics streaming teaching tech **technology** tips todo tool **tools** toread **travel** **tutorial** tutorials tv **twitter** typography ubuntu usability **video** videos vim visualization **web** **web2.0** **webdesign** webdev wiki wikipedia windows wishlist **wordpress** work writing youtube

Delicious es el sistema de etiquetado social más importante, pero no el único existente. Otro de los más bien valorados por los usuarios es [Mister Wong](#).

Gestión de referencias

La gestión de referencias está ligada por tradición a la actividad investigadora, y desde hace tiempo existen programas informáticos destinados a facilitar la labor a quienes están recopilando referencias para elaborar a partir de ellas un trabajo académico. Pensemos por ejemplo en un doctorando trabajando en su tesis y teniendo que organizar todas las fuentes que va consultando.

Teniendo en mente esta circunstancia, ahora recuperamos el concepto de herramientas como Delicious y tratamos de hacer un cóctel: el resultado es un gestor social de referencias como [Zotero](#).



The screenshot shows the Zotero website homepage. At the top left is the Zotero logo with the tagline "Research, not re-search". To the right are links for "Register", "Find People", and "Login". Below these are buttons for "add more file storage" and "Donate". A navigation menu includes "Home", "Groups", "People", "Support", and "Get Involved". A search bar is located in the top right. The main content area features a large "download" button with a downward arrow, indicating the latest version is 2.0.9. Below this, there are links for "Download word processor plugins for 2.0", "New: Try Zotero 2.1 Beta", and "New: Try Zotero Standalone Alpha". At the bottom, there are five icons representing the core functions: Collect (folder), Organize (notepad), Cite (document with pencil), Sync (circular arrows), and Collaborate (three people icons). A section titled "What's new in Zotero 2.0?" lists updates like "Upgrading from Zotero 1.0" and "Having trouble installing?".

Zotero parte del concepto tradicional de gestión de referencias y lo dota de la función colaborativa. Funciona integrado en el navegador de Internet [Firefox](#) y desde hace poco y en versión alpha con [Chrome](#) así como en versiones de escritorio para distintas plataformas. Se trata de ir guardando todas aquellas referencias bibliográficas que nos interese para después poder realizar operaciones con ellas: compartir, sacar bibliografías, hacer búsquedas, integrar en documentos de un procesador de textos, etc. El mejor modo de empezar a sacar partido de la herramienta es acceder a su completa [página de ayuda](#) o consultar alguno de los múltiples tutoriales disponibles en Youtube: <http://www.youtube.com/watch?v=NSZX8vDS5xs>



ELKARTEKINTZA SAREAN 2.0

Hirugarren Sektoreko Elkarteei Zuzendutako Prestakuntza

Formación para Entidades del Tercer Sector

MÓDULO 5 TIC Y DISCAPACIDAD



Autor Maria Puy Arrastia Lana
Organización KINTAKI
Proyecto Elkartekintza
Licencia CC BY-SA
Fecha 21/03/2011 - 28/03/2011



Presentación MÓDULO 5 **TIC y discapacidad**

En los últimos años hemos visto como las nuevas tecnologías iban ocupando un lugar cada vez más importante en nuestra vida. Esto nos ha traído una serie de beneficios mejorando nuestra calidad de vida. Pero mientras unos disfrutamos de estos beneficios, hay otras personas que no pueden acceder del mismo modo a las nuevas tecnologías creándose la llamada brecha digital. Es el caso por ejemplo de las personas con discapacidad en los que no se piensa generalmente cuando se diseña un nuevo producto. En general la sociedad entera está diseñada para sujetos estándar a pesar de que todos tenemos nuestras limitaciones.



Fotografía Hamad AL-Mohanna CC

Para que los diseñadores lo tuvieran más fácil a la hora de crear un nuevo producto para que éste pudiera ser usado por cualquier persona se creó la idea de [Diseño Universal](#) o Diseño para Todos. El diseño Universal o Diseño para todos es el diseño de productos y entornos que puedan ser usados por todas las personas, al máximo posible, sin adaptaciones o necesidad de un diseño especializado. Un producto creado bajo los criterios del Diseño Universal debe de poder ser usado por personas con diversas capacidades, debe de poder ser adaptado a las habilidades de cada uno, también debe de ser fácil aprender a manejarlo, la información que transmita debe de ser fácil de entender, es importante que tenga tolerancia al error del usuario, que no necesite un gran esfuerzo físico para ser usado y que tenga un tamaño adecuado.

La accesibilidad mide el grado en el que las personas pueden usar un determinado producto o servicio independientemente de sus capacidades. En el campo de las nuevas tecnologías, se ha trabajado mucho la accesibilidad web mediante la creación del [Consortio World Wide Web \(W3C\)](#). Este consorcio ha establecido una serie de pautas que debe seguir un diseñador web para crear una página accesible para cualquier persona y que pueda ser entendida por ejemplo para los lectores de pantalla de las personas ciegas. Es interesante conocer su [herramienta para validación de páginas web](#) para así poder saber cuando una web es o no accesible. En ocasiones, las pautas de accesibilidad son demasiado generales y algunos colectivos reivindican introducir más pautas que ellos consideran necesarias. Es el caso del [Protocolo NI4 de Navegación fácil](#) creado para conseguir que las personas con discapacidad intelectual puedan acceder sin problema a las páginas web. Con este motivo se preguntó en el foro del curso cuáles serían las pautas imprescindibles para que una web o un programa informático sean accesibles. Las pautas propuestas fueron: el fácil manejo, que el uso sea intuitivo, que se utilice un lenguaje fácil con solo la información necesaria, que se refuerce el entendimiento con información en audio y en vídeo, que los menús sean sencillos, que la letra sea legible y que sean páginas seguras. Se preguntó también por el tipo de páginas que sería importante que estuvieran adaptadas, a lo que se contestó que: las páginas que ofrezcan servicios, las que nos informan sobre el entorno, las de las instituciones públicas y las redes sociales. Otro tema que se debatió en el foro es la causa por la que la mayoría de las tecnologías que se diseñan no son accesibles. Las conclusiones a las que se llegaron es que se crean los productos pensando en el mercado y muchas veces no se tiene en cuenta al colectivo de personas con discapacidad como consumidores potenciales. El sujeto estándar suele ser tomado como modelo de consumidor. Otra posible causa que salió a debate fue la falta de sensibilidad social y de conocimiento sobre las características de las personas con discapacidad y por último que muchas veces prima la estética antes que la accesibilidad.

Entre todos compartimos un montón de herramientas que hacen uso de las nuevas tecnologías para mejorar la calidad de vida de personas con discapacidad: Páginas web que nos permiten entrenar y rehabilitar capacidades mentales como el [proyecto Elena de Brain Dynamics](#) o la web de fitness mental, [Luminosity](#); [Ganas](#), un traductor virtual de lengua de signos; [Un juego accesible para Apple](#); Un [messenger](#) y un [chat](#) para personas con discapacidad; [tecnología para el fomento de la autonomía](#); Aplicaciones para mejorar la comunicación de personas con autismo; Nuevas tecnologías para la

educación como por ejemplo [Glogster](#); [Un tablet de manejo sencillo](#); [Un sello que certifica la simplicidad de los productos](#); Los [Podcast](#) con información en audio...

Por último se habló en el foro sobre algo que está ahora mismo en auge, las redes sociales. Además de la red social que está preparando FEVAS, hemos visto que [ya tenemos algunas más en marcha](#). Se ha debatido sobre si es necesario o no el tener una red social especial para personas con discapacidad o si sería mejor que las generales se adaptaran para todos. Todos estaban de acuerdo en que sería muy importante que las redes sociales generales fueran accesibles a todos pero algunos piensan que una red social propia puede tener beneficios como: Un mayor control sobre el tratamiento de los datos y la imagen de la persona, una mayor cercanía, más seguridad y tener un lugar donde practicar antes de lanzarse a las redes sociales generales.

Podríamos concluir que a pesar de que los productos están diseñados para un individuo estándar, todos tenemos nuestras limitaciones y por lo tanto cuanto más accesible sea un producto, a más personas llegará y más personas lo utilizarán sin problemas. Para que esto ocurra, necesitamos que la sociedad se concientice que las personas con discapacidad son un colectivo que también consume tecnología y que además la tecnología tiene un gran potencial para mejorar sus capacidades. Los diseñadores deberían estar formados para conocer las necesidades de todos los colectivos ya que de otra forma es imposible que se pongan en su piel.

MÓDULO 5

TIC Y DISCAPACIDAD

120 Introducción

120 La leyenda de los tres monos sabios

121 Diseño Universal o Diseño para todos

123 TAREA 1 Análisis del diseño de nuestra televisión

124 Accesibilidad en las nuevas tecnologías

124 Accesibilidad Web

125 TAREA 2 Análisis de Accesibilidad Web

125 Accesibilidad en el ordenador

127 Accesibilidad en el teléfono móvil

129 TAREA 3 Análisis de Accesibilidad teléfono móvil

130 Las nuevas tecnologías al servicio de la persona con discapacidad

130 Domótica y teleasistencia para una vida independiente

130 Dispositivos para personas con movilidad reducida

131 Dispositivos para personas con discapacidad auditiva

131 Dispositivos para personas con problemas visuales

132 Dispositivos para personas con discapacidad intelectual

Introducción

La leyenda de los tres monos sabios: Kikazaru, Mizaru e Iwazaru*

"Cuenta una leyenda japonesa que estos tres monos: Kikazaru, Mizaru e Iwazaru, fueron enviados por los dioses para delatar las malas acciones de los humanos. Kikazaru, el mono sordo, era el encargado de observar las acciones de los humanos y comunicarlo mediante la voz a Mizaru, el mono ciego. Éste a su vez se encargaba de transmitir los mensajes de Kikazaru al tercer mono, Iwazaru, el mono mudo. Iwazaru escuchaba los mensajes transmitidos por Mizaru, decidía las penas que los dioses impondrían al humano y observaba que se cumplieran".

Podemos obtener una moraleja de esta leyenda y es que estos monos no eran tratados por su discapacidad sino que cada uno aprovechaba las capacidades que tenía para juntos poder realizar el trabajo. De este modo el primer mono no era un mono sordo sino que era un mono que podía ver y hablar, el segundo mono no era ciego sino que podía hablar y escuchar y el tercer mono no era mudo sino que podía escuchar y ver. Esta es la forma en la que podemos ver a las personas con algún tipo de discapacidad, no pensando en qué discapacidad tienen sino intentado potenciar al máximo el resto de sus capacidades.

Todo esto se complica un poco cuando ponemos a las personas en el contexto de nuestra sociedad, una sociedad pensada por y para personas "estándar". La sociedad avanza a un ritmo tan vertiginoso que a veces se convierte en una carrera de obstáculos para las personas con algún tipo de discapacidad para poder alcanzar a los demás. En los últimos años hemos vivido una gran revolución en esta era llamada de la Comunicación. Las nuevas tecnologías han invadido nuestras vidas y muchos nos preguntamos cómo podíamos vivir antes sin ellas. Los beneficios que las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) pueden traernos son innumerables: Información actualizada de cualquier parte del mundo, oportunidades nuevas de negocio, búsqueda de empleo, comunicación instantánea, compras sin moverte de casa, ocio, nuevas formas de aprendizaje, etc. Mientras muchos de nosotros nos beneficiamos de estas y muchas más cosas, hay muchas personas que se quedan atrás. Es la llamada brecha digital, personas que no pueden acceder a las tecnologías por problemas económicos, de infraestructuras o por el problema que nos atañe ahora, porque se encuentran con barreras por no haber sido diseñadas para ellos. Esto hace que las personas con discapacidad vean mermados derechos tan fundamentales como el derecho a la información, el derecho al trabajo o a la educación teniéndose que restringir a las vías convencionales para obtenerlos.

Las asociaciones ponen todos sus esfuerzos en adaptar las nuevas tecnologías para que las personas con discapacidad puedan disfrutar plenamente de sus ventajas pero los grandes avances tecnológicos hacen que cada vez sea más difícil seguir el ritmo. Es por eso que es tan importante que los desarrolladores de tecnología tengan en cuenta a las personas con discapacidad a la hora de crear las nuevas tecnologías para así poder tener un mayor número de personas beneficiadas con ellas.

Diseño Universal o Diseño para todos

El diseño Universal o Diseño para todos es el diseño de productos y entornos que puedan ser usados por todas las personas, al máximo posible, sin adaptaciones o necesidad de un diseño especializado. Para conseguirlo, el diseñador debe hacer un gran esfuerzo por comprender la realidad de todas las personas que forman nuestra sociedad. Nuestra calidad de vida va en aumento con el paso de los años y hace que tengamos una sociedad donde un mayor abanico de personas pueda y quiera acceder a los beneficios de las nuevas tecnologías. Para que esto sea posible se creó el Centro para el Diseño Universal de la Universidad de Carolina del Norte, que reúne a un grupo de expertos de diversas disciplinas: arquitectos, diseñadores de productos, ingenieros e investigadores de diseño, que han establecido una serie de principios que se deben seguir para obtener un producto que pueda ser usado por todos.

Vamos detenernos uno a uno en los siete principios del Diseño Universal, sus definiciones y sus características:

PRINCIPIO UNO Uso equitativo

El diseño es útil y vendible a personas con diversas capacidades.

- Proporciona las mismas formas de uso para todos: idénticas cuando sea posible, equivalentes cuando no.
- Evita segregar o estigmatizar a cualquier usuario.
- Todos los usuarios deben de contar con las mismas garantías de privacidad y seguridad.
- Que el diseño sea agradable para todos.

PRINCIPIO DOS Uso flexible

El diseño se acomoda a un amplio rango de preferencias y habilidades individuales.

- Ofrece opciones en la forma de uso.
- Sirve tanto para los diestros como para los zurdos.
- Facilita al usuario la precisión y exactitud.
- Se adapta al ritmo de uso del usuario.

PRINCIPIO TRES Uso Simple e intuitivo

El uso del diseño es fácil de entender, sin importar la experiencia, conocimientos, habilidades del lenguaje o nivel de concentración del usuario.

- Elimina la complejidad innecesaria.
- Es consistente con la intuición y expectativas del usuario.
- Se acomoda a un rango amplio de grados de alfabetización y conocimientos del lenguaje.
- Ordena la información de acuerdo a su importancia.
- Proporciona información y retroalimentación eficaces durante y después de la tarea.

PRINCIPIO CUATRO Información perceptible

El diseño transmite la información necesaria de forma efectiva al usuario, sin importar las condiciones del ambiente o las capacidades sensoriales del usuario.

- Utiliza diferentes medios (pictóricos, verbales, táctiles) para la presentación de manera redundante de la información esencial.

- Maximiza la legibilidad de la información esencial.
- Diferencia elementos de manera que puedan ser descritos por sí solos (por ejemplo que las instrucciones dadas sean fácil de entender).
- Proporciona compatibilidad con varias técnicas o dispositivos usados por personas con limitaciones sensoriales.

PRINCIPIO CINCO Tolerancia al error

El diseño minimiza riesgos y consecuencias adversas de acciones involuntarias o accidentales.

- Ordena los elementos para minimizar el peligro y errores: los elementos más usados están más accesibles; los elementos peligrosos son eliminados, aislados o cubiertos.
- Advierte de los peligros y errores.
- Proporciona características para controlar las fallas.
- Descarta acciones inconscientes en tareas que requieren concentración.

PRINCIPIO SEIS Mínimo esfuerzo físico

El diseño puede ser usado cómoda y eficientemente minimizando la fatiga.

- Permite al usuario mantener una posición neutral de su cuerpo.
- Usa fuerzas de operación razonables.
- Minimiza las acciones repetitivas.
- Minimiza el esfuerzo físico constante.

PRINCIPIO SIETE Adecuado tamaño de aproximación y uso

Proporciona un tamaño y espacio adecuado para el acercamiento, alcance, manipulación y uso, independientemente del tamaño corporal, postura o movilidad del usuario.

- Proporciona una línea clara de visibilidad hacia los elementos importantes, para todos los usuarios de pie o sentados.
- Proporciona una forma cómoda de alcanzar todos los componentes, tanto para los usuarios de pie como sentados.
- Acomoda variantes en el tamaño de la mano y asimiento.
- Proporciona un espacio adecuado para el uso de aparatos de asistencia o personal de ayuda.

El hecho de tener en cuenta los criterios de Diseño para Todos a la hora de crear un nuevo producto no solo favorece a las personas con discapacidad. Todas las personas tenemos nuestras limitaciones en uno u otro campo y el hecho de crear una tecnología más simple, intuitiva, personalizable, usable y tolerante con los errores, quiere decir que un mayor número de personas se va a sentir cómodo usándola.

Presentación para embeber

```
<div style="width:425px" id="__ss_7304257"><strong style="display:block;m
argin:12px 0 4px"><a href="http://www.slideshare.net/MariaArrastia/diseo-uni-
versal" title="Diseño Universal">Diseño Universal</a></strong><object id="__
sse7304257" width="425" height="355"><param name="movie" value="http://
static.slidesharecdn.com/swf/ssplayer2.swf?doc=presentacion-110318044708-
phpapp02&stripped_title=diseo-universal&userName=MariaArrastia" /><pa-
ram name="allowFullScreen" value="true"/><param name="allowScriptAccess"
value="always"/><embed name="__sse7304257" src="http://static.slidesharecdn.
com/swf/ssplayer2.swf?doc=presentacion-110318044708-phpapp02&stripped_
title=diseo-universal&userName=MariaArrastia" type="application/x-shockwave-flash"
allowscriptaccess="always" allowfullscreen="true" width="425" height="355"></
embed></object><div style="padding:5px 0 12px">View more <a href="http://
www.slideshare.net/">presentations</a> from <a href="http://www.slideshare.net/
MariaArrastia">Maria Arrastia</a>.</div></div>
```

TAREA 1 Análisis del diseño de nuestra televisión

Ahora que conocemos las características que tiene que tener un producto para que sea accesible para la mayor parte de las personas, vamos a analizar la accesibilidad de nuestra televisión atendiendo a los siete principios del Diseño Universal. De este modo podremos detectar los posibles fallos en el diseño e incluso hacérselo saber al fabricante para que lo tenga en cuenta para sus próximos modelos. Os sugiero que comencéis explorando las opciones de personalización que tenga el aparato ya que, tal vez, de la forma en que vosotr@s lo usáis no sería accesible para una persona con discapacidad pero se pueda adaptar a sus necesidades cambiando algunas opciones. Yo he elegido la tele pero vosotr@s podéis elegir otro aparato que os guste más.

Accesibilidad en las nuevas tecnologías

Según la wikipedia, la accesibilidad es el grado en el que todas las personas pueden utilizar un objeto, visitar un lugar o acceder a un servicio, independientemente de sus capacidades técnicas, cognitivas o físicas.

En este apartado vamos a ver cómo las tecnologías que más comúnmente usamos, la web, el ordenador y el teléfono móvil, tienen una serie de opciones que mejoran su accesibilidad. Como hemos visto, las opciones de accesibilidad nos vienen bien a todos ya que todos somos diferentes y tenemos diferentes formas de interactuar con lo que nos rodea. Pero sin duda, las personas con discapacidad pueden beneficiarse enormemente de la posibilidad de personalización de sus tecnologías y en muchos casos supone la diferencia entre poder o no poder utilizarlos.

Accesibilidad Web

La Web es probablemente la TIC por la que más se ha trabajado para que sea accesible. Esto se hace patente en la estandarización de una serie de criterios aceptados mundialmente para la accesibilidad web. Para ello se ha creado el Consorcio World Wide Web (W3C) que trabaja para que la Web sea para todo el mundo y se pueda acceder a ella desde cualquier dispositivo. Este consorcio tiene una herramienta para validar si una página web cumple sus estándares y si no es así, nos indica en dónde están los errores. Se puede acceder a la herramienta desde el siguiente enlace:

<http://validator.w3.org/>

Si nuestra web es accesible, esta herramienta nos sugiere que incluyamos un icono que informe a nuestros lectores. El icono es el siguiente aunque puede variar dependiendo de la tecnología de la página web:

Los criterios de diseño de páginas web están pensados para ser estudiados y seguidos por los diseñadores web pero ¿qué podemos hacer nosotros desde las asociaciones? Lo primero es dar ejemplo con nuestra web, para ello, podemos usar la herramienta de validación del W3C y comprobar si tenemos una página web accesible. Si nuestra web es accesible, podemos incluir el icono anterior en el pie de página. Si nuestra web no es accesible, podemos contactar con nuestro administrador web para que la adapte a los estándares. Tenemos que tener en cuenta que tener una web accesible es importante para poder llegar al mayor número de personas posible.

Además, en 2002 se hizo obligatorio que todas las páginas web de la Administración Pública deben ser accesibles según los criterios del W3C para garantizar que todos los ciudadanos son iguales ante la Administración. También se les puede exigir la accesibilidad a las páginas web financiadas con dinero público. Por lo tanto desde las asociaciones podemos velar por el cumplimiento de esta ley utilizando la anterior herramienta para comprobarlo. Por ejemplo, vamos a comprobar la accesibilidad de los portales de la

Administración Vasca. Para ello, vamos a la la web:
<http://validator.w3.org>

Escribimos en el campo "Address", www.euskadi.net y pulsamos "Check". La herramienta nos dice que la página web es válida. Pero ¿qué significa esto?, esto no quiere decir que todo el portal sea accesible, esto solo nos garantiza que es accesible la página de inicio. Para saber si todo el portal es accesible, debemos escribir la dirección de cada página en concreto. Por ejemplo, vamos a comprobar si es accesible la página a la que accedemos tras elegir el idioma. En este caso he elegido el idioma español por lo que deberé introducir en el campo "Address", <http://www.euskadi.net/r33-2220/es/> y pulsar de nuevo "Check". En este caso la herramienta nos dice que la página tiene 8 errores. Éste no es un número significativo de errores pero si los analizamos, veremos que tienen que ver con el objeto flash de la cabecera. Esto es la imagen cambiante con diferentes opciones de la parte superior de la página. El uso de flash es visualmente atractivo pero de por si no es accesible ya que ofrece información que no puede leer el lector de pantalla usado por personas ciegas.

TAREA 2 Análisis de Accesibilidad Web

Analizar la accesibilidad de al menos tres portales web dependientes de la Administración Pública y que sean útiles para la temática a la que esté dedicada tu asociación. Tu asociación no tiene por qué ser específica de personas con discapacidad pero si que puede ocurrir que una persona con discapacidad pertenezca a tu asociación.

Accesibilidad en el ordenador

Hay una serie de opciones en los sistemas operativos que pueden hacer que el ordenador se adapte mejor a nuestras características personales. Veamos cómo podemos adaptar las funciones del teclado, el ratón y la pantalla para sentirnos más a gusto cuando los utilizamos.

Accesibilidad en el teclado

Los tiempos de interacción con el teclado están ajustados para un usuario medio pero puede ocurrir que una persona con alguna dificultad motora o que todavía se esté adaptando al uso del ordenador, necesite variar algunas características para obtener una mejor experiencia.

- Tiempo de pulsación: Es el tiempo mínimo que debe pulsarse una tecla para que se genere un código. Si el usuario realiza pulsaciones involuntarias, puede ajustarse este tiempo para que no sean válidas a no ser que se mantenga pulsada la tecla durante un tiempo.
- Tiempo de repetición: Es el tiempo de espera, después del primer carácter, antes de

que se inicie el proceso de repetición. Si mantenemos una tecla pulsada, esto se considera como si la pulsáramos varias veces seguidas por lo que si el usuario tiene tendencia a mantener la pulsación de las teclas de manera involuntaria, deberemos aumentar el tiempo de repetición.

- **Velocidad de repetición:** Es la velocidad con que el teclado genera los códigos durante la repetición. Si el usuario tiene tendencia a tardar en la reacción para parar una repetición, podemos disminuir la velocidad de repetición para que no se produzcan más repeticiones de las deseadas.
- **Teclados virtuales:** Es un teclado que se muestra en pantalla y puede ser usado por personas con dificultad motora a quienes les sea complicado el uso del teclado convencional. Se pueden usar por ejemplo cuando solamente se puede pulsar o accionar un botón. Esto se hace mediante un barrido automático de las teclas, pulsando el botón cuando ha llegado a la tecla deseada. También suelen incorporar la función de predicción de texto.
- **Dispositivos adaptados:** Cuando la movilidad del usuario es muy reducida y esto no le permite utilizar el teclado, existen en el mercado dispositivos adaptados para ello.
- **Apuntadores:** Los más comunes son los licornios que consisten en un casco con una varilla que les permite accionar las teclas del teclado.
- **Teclados para una sola mano:** Las teclas están dispuestas en el teclado de modo que se puedan alcanzar fácilmente con una sola mano.

Accesibilidad en el ratón

El ratón es uno de los periféricos más difíciles de usar por parte de los usuarios inexpertos o las personas con dificultad de movimientos. Por ello, hay una serie de ajustes que podemos realizar para adecuarlo a las necesidades de cada persona.

- **Intercambio de las funciones de los botones para personas zurdas.**
- **Velocidad de doble clic:** La velocidad a la que hay que realizar el doble clic es muy rápida para algunos usuarios y el ordenador interpreta su acción como dos clics independientes. Esta velocidad puede ser ajustada a las necesidades del usuario. (Si esto no es suficiente, a la hora de abrir carpetas o programas que necesiten doble clic, se puede realizar un clic y una vez el icono está seleccionado, usar la tecla "Intro").
- **Sensibilidad del doble clic:** Una de las acciones más difíciles en el uso del ratón es, a la hora de realizar el doble clic, el realizar los dos clic sin desplazar el ratón. Este parámetro nos indica lo tolerante que será el ordenador en el desplazamiento.
- **Sensibilidad al pinchar y arrastrar:** Es la distancia mínima que debemos mover un objeto seleccionado para que se considere que queremos moverlo y no que ha sido un acto involuntario.
- **Bloqueo del clic:** Es una opción para que no sea necesario mantener pulsado el botón del ratón cuando queremos arrastrar un objeto sino tan solo hacer un clic sobre él.
- **Velocidad y aceleración del puntero:** Determina la relación entre el desplazamiento del ratón en la mesa y el desplazamiento del puntero en la pantalla. Es muy útil cuando al usuario le cuesta ser preciso en sus movimientos.
- **Rastro del puntero:** El puntero va dejando una estela a su paso por la pantalla.
- **Manejo del ratón mediante el teclado:** Cuando no se puede utilizar el ratón, se pueden utilizar algunas teclas del teclado para sustituirlo.
- **Ayudas técnicas:** Cuando la movilidad del usuario es muy reducida y esto no le

- permite utilizar el ratón, existen en el mercado dispositivos adaptados para ello.
- Interruptores: Son botones accionados con diferentes partes del cuerpo dependiendo de las capacidades del usuario.
 - Webcam que sustituye el ratón: Se puede utilizar la webcam como ratón utilizando los movimientos de la cabeza o de los ojos.

Accesibilidad en la pantalla

La pantalla es el periférico por el que el ordenador se comunica mayoritariamente con nosotros por ello es importante que podamos percibir bien todas sus señales. Las personas con algún tipo de discapacidad visual pueden necesitar adaptar las opciones de la pantalla a sus capacidades.

- Resolución de la pantalla: La resolución de pantalla es el número de pixels (puntitos), diferentes que vemos en ella. Si aumentamos la resolución de la pantalla, todo se verá más pequeño y con más detalle y si la disminuimos, todo se verá más grande y con menos detalle.
- Combinaciones de colores: Algunas personas con cierto nivel de discapacidad visual mejoran su experiencia usando una combinación de colores de alto contraste.
- Lupa: Los sistemas operativos suelen tener una lupa que permite agrandar una parte de la pantalla.
- Ayudas técnicas: Cuando el Sistema Operativo no permite una adaptación total para el usuario, existen una serie de ayudas técnicas complementarias que permiten o mejoran la usabilidad del ordenador.
- Lectores de pantalla: Los usuarios con discapacidad visual que no pueden acceder a la información de la pantalla, utilizan los llamados lectores de pantalla que les leen y explican lo que se ve por pantalla.
- Línea braille: Es un dispositivo que reproduce lo que leería el lector de pantalla, en braille. Es especialmente útil para personas sordo-ciegas.

Para detalles más específicos de cada Sistema Operativo podéis consultar la web del CNICE (Centro Nacional de Investigación y Comunicación Educativa):

<http://ares.cnice.mec.es/informes/17/contenido/38.htm><http://ares.cnice.mec.es/informes/17/contenido/34.htm>

Accesibilidad en el teléfono móvil

Los teléfonos móviles que tenemos hoy en día en el mercado tienen unas características muy variadas por lo que es importante mirar sus especificaciones antes de comprarlo y elegir un modelo acorde a las características del usuario. Vamos a ver algunas de las características a tener en cuenta para cada tipo de discapacidad.

Accesibilidad para personas con discapacidad visual

- Contraste: Para usuarios con baja visión, deberemos tener en cuenta que el dispositivo permita variar el contraste de la pantalla y si no es así, que el que tenga por defecto sea suficiente.

- **Tamaño de la fuente:** También para usuarios con baja visión, necesitaremos un tamaño de fuente suficiente y a ser posible que sea ajustable por el usuario.
- **Iluminación:** El brillo o la iluminación suele ser un parámetro ajustable por el usuario pero deberemos asegurarnos de ello.
- **Opción "cualquier tecla responde":** Es muy interesante tener esta opción en el móvil que hace que al recibir una llamada, baste con pulsar cualquier tecla y no tener que pulsar la tecla de contestar.
- **Marcación y navegación por voz:** Para personas ciegas es importante poder navegar a través del menú mediante ordenes de voz.
- **Lector de pantalla:** Es importante que el móvil disponga de lector de pantalla o que se le pueda instalar uno ya que permitirá a la persona ciega recibir la información de la pantalla. Es muy útil en el caso de los mensajes de texto que de otra forma serían imposibles de leer.
- **Teclado:** Los móviles con pantalla táctil son difíciles de usar por las personas ciegas ya que la configuración de las teclas no es siempre la misma y no se puede saber donde se está pulsando. Por ello es importante seleccionar un móvil con teclado y que éste tenga un buen relieve que permita diferenciar las teclas.
- **Instrucciones:** Sería una opción interesante poder adquirir las instrucciones en braille y/o audio.

Accesibilidad para personas con discapacidad intelectual

- **Teclado:** Las teclas deben de tener un tamaño suficientemente grande para que no se pulsen varias al mismo tiempo. Estaría bien que se pudiera configurar el teléfono para que haga un sonido al accionar las teclas para que la persona sepa que la ha marcado y no lo intente de forma repetida.
- **Iconos:** Los iconos deben representar de forma clara su función.
- **Contactos:** Está bien tener la posibilidad de añadir la foto de la persona para reconocer al instante quien te llama y para saber bien a quien estás llamando.
- **Batería:** Es importante que la batería sea de larga duración pues la persona con discapacidad intelectual puede tender a olvidarse de cargarla y así habrá menos probabilidad de que se quede con el teléfono apagado.

En el mercado se pueden encontrar teléfonos móviles con características especiales que pueden adecuarse bien a personas con discapacidad intelectual. Por ejemplo teléfonos sin pantalla y con pocas teclas a las que se puede asignar un contacto. También son una buena opción los teléfonos especiales con gps, preparados con una aplicación para saber en el momento que quieras en dónde está la persona. Algunos de ellos también llevan incorporada una aplicación que te avisa si la persona ha sufrido una caída.

Accesibilidad para personas con discapacidad auditiva

- **Vibrador:** El móvil debe disponer de un vibrador potente que avise de las llamadas, los mensajes y las alarmas.
- **Señalización luminosa:** La señalización luminosa de eventos es un buen refuerzo a la señalización con vibrador para cuando el usuario no está en contacto con el teléfono.
- **Volumen:** Para usuarios con restos auditivos, el móvil debe permitir regular su volumen alcanzando volúmenes muy altos.

- Videollamada: Cuando el usuario tiene una sordera total, el móvil debe permitir la videollamada para poder comunicarse mediante lenguaje de signos.
- Mensajes: Las personas con discapacidad auditiva suelen realizar un gran uso de los mensajes de texto por lo que es importante que el móvil ofrezca comodidad para escribirlos.
- Compatibilidad del teléfono con audífonos: Si el usuario lleva audífono, hay que asegurarse de que el móvil no interferirá con éste.

Accesibilidad para personas con movilidad reducida

- Tamaño del aparato y de las teclas: Dependiendo del usuario, habrá que comprobar que el tamaño del móvil hace fácil su manipulación.
- Manos libres integrado: Para que el usuario no tenga la necesidad de sujetar el móvil a lado de la oreja.
- Marcación y Navegación a través de voz: Esta posibilidad hace que el usuario no necesite realizar ningún movimiento para moverse por las opciones del menú o realizar llamadas.
- Opción de "cualquier tecla responde" o respuesta automática: Es interesante que el usuario pueda recibir las llamadas pulsando cualquier tecla o que el teléfono se des cuelgue por si solo.
- Marcación rápida: Esta opción minimiza el número de teclas que ha de pulsar el usuario para realizar una llamada.
- Teclado QWERTY o texto predictivo: Puede resultar complicado el tener que pulsar una tecla varias veces para escribir una tecla, esto se puede evitar con un teclado QWERTY, que es el que tiene una tecla para cada letra, o mediante texto predictivo, que pulsando una tecla, escribe la palabra más común escrita con esas letras. Para más información podéis consultar la [guía creada por el IMSERSO](#) (Instituto de Mayores y Servicios Sociales).

TAREA 3 Análisis de Accesibilidad en el teléfono móvil

En esta tarea deberéis analizar la accesibilidad de vuestro teléfono móvil para el colectivo de personas con discapacidad que vosotros elijáis. Para ello podéis tomar como modelo el siguiente ejemplo:

http://www.nosolousabilidad.com/articulos/accesibilidad_htc_magic.htm

Las nuevas tecnologías al servicio de la persona con discapacidad

Domótica y teleasistencia para una vida independiente

Uno de los mayores retos a los que se enfrentan las personas con discapacidad es el de llevar una vida independiente sin la necesidad de tener a alguien a su lado que realice las tareas cotidianas por él. La introducción de las nuevas tecnologías en el hogar consigue que este reto se pueda llevar a cabo.

La domótica son una serie de sistemas que automatizan las tareas de la casa dando servicios de seguridad, comunicación, confort y ahorro energético. A continuación vamos a ver una serie de tecnologías que pueden ser usadas por las personas dependiendo de su discapacidad para conseguir llevar una vida independiente.

Dispositivos para personas con movilidad reducida

Teléfono con teclas grandes

Estos teléfonos son más fáciles de accionar cuando la movilidad de los brazos es reducida o cuando ha de hacerse con un puntero.

Interruptores y conmutadores

Se puedan accionar dependiendo de la zona del cuerpo con pérdida de movilidad:

- **Conmutador de pedal** Para personas con movilidad reducida en los brazos
- **Conmutador para mentón o lengua** Para personas con movilidad reducida en brazos y/o piernas
- **Conmutador de soplido** Para personas con movilidad reducida en brazos, piernas y cabeza.

Automatizaciones

Todos estos automatismos facilitan la autonomía de una persona con movilidad reducida ya que limitan los movimientos necesarios a la pulsación de un botón que además puede ser sustituido por cualquiera de los conmutadores anteriores dependiendo de la movilidad del usuario:

- **Automatización de cortinas**
- **Automatización de persianas**
- **Automatización de puertas**
- **Automatización de ventanas**

Control remoto

- **Control por radio** El usuario puede llevar siempre estos mandos de modo que no necesite desplazarse a cada interruptor para accionar una parte de la casa que esté automatizada.
- **Control por voz** El sensor de movimiento permite realizar una acción como encender una luz cuando detecta la presencia de una persona.
- **Sensor de movimiento**

Dispositivos para personas con discapacidad auditiva

Amplificador para el teléfono

Se le añade al teléfono para amplificar su señal y así permitir que personas con un nivel bajo de audición puedan oír cuando les llaman.

Despertador con vibrador

El despertador tiene añadido una extensión que se pone debajo de la almohada y así la persona sorda se despierta con su vibración.

DTS (Dispositivo telefónico para sordos)

Permite comunicarse a través de la línea telefónica mediante mensajes de texto. Además incorpora señales luminosas para alertar de las llamadas. También pueden incorporar avisos de número ocupado.

Videoportero

Permiten a la persona sorda identificar la persona que está intentando acceder a su casa. Es interesante que incorporen también aviso de llamada luminoso.

Avisador luminoso de llanto de bebe

La decisión de tener o no hijos es difícil para una pareja en la que los dos son sordos ya que pueden pensar que será más complicado el atender a todas las necesidades de sus hijos. Para mejorar esta situación existen algunos aparatos como el avisador luminoso de llanto de bebe.

Videollamadas

Las videollamadas a través de Internet o del teléfono móvil permiten a las personas sordas comunicarse mediante lenguaje de signos.

Dispositivos para personas con problemas visuales

Reloj parlante

Este es un tipo de reloj muy útil para personas ciegas, que te dice la hora con solo pulsar un botón.

Básculas parlantes

Existen básculas tanto para cocina como para baño que anuncian por voz el peso.

Detector de colores

Es un aparato que, acercándolo al objeto que quieres, te dice su color. Es útil, por ejemplo, para elegir la combinación de las prendas de ropa o para distinguir entre algunos objetos.

Detector de luces

Este aparato permite saber si te has dejado las luces o algún aparato de casa encendido.

Identificador de llamadas

Colocando este aparato en el teléfono, te dice el número que te está llamando en cada momento.

Lector de códigos de barras parlante

Este lector de códigos de barras permite identificar los productos con códigos de barras para así asegurarse de que se está utilizando el adecuado.

Dispositivos para personas con discapacidad intelectual

Las personas con discapacidad intelectual pueden ser uno de los colectivos que más difícil tienen la emancipación de sus familias o cuidadores. El uso de tecnología domótica en la casa de la persona con discapacidad intelectual puede ayudar a que sus familias se sientan más tranquilos sabiendo que la persona estará bien.

Detectores de emergencias

Estos tres sensores detectan cualquier posible emergencia en la casa y pueden accionar una alarma o un aviso a algún familiar mediante el teléfono o Internet:

- **Detector de humo**
- **Detector de gas**
- **Detector de inundaciones**

Sensores de presencia

Los sensores de presencia permiten monitorear las tareas cotidianas de la persona y detectar si, por ejemplo, lleva demasiado tiempo en la cama, no ha ido al baño o a la cocina, etc.

Teleasistencia

Los dispositivos de teleasistencia aseguran que la persona será atendida en una situación de emergencia cuando así lo requiera, pudiéndose contactar más tarde con sus familiares. La teleasistencia se puede entender también como un modo de contacto con la persona con discapacidad intelectual con un especialista que permite tenerla atendida pero sin invadir su intimidad.



ELKARTEKINTZA SAREAN 2.0

Hirugarren Sektoreko Elkarteei Zuzendutako Prestakuntza

**Formación
para Entidades
del Tercer Sector**

**MÓDULO 6
INTERVENCIÓN SOCIAL**



Autor Carlos Arguilea, Jon Etxeberria

Organización HeziZerb elkartea

Proyecto Elkartekintza

Licencia CC BY-SA

Fecha 21/03/2011 - 28/03/2011



Presentación MÓDULO 6

Relaciones socioeducativas y náufragos virtuales: seguimos el viaje

El tema de la relación de los adolescentes con las tecnologías de la información y la cuestión de cómo incorporar ése universo a nuestra práctica educativa es sin duda materia suficiente para llenar varias horas de conversaciones virtuales o presenciales...

Porque estamos ante un cambio social muy relevante, y por tanto muy dado a sesudas charlas, debates de patio o de cafetería, tertulias radiofónicas o simposiums de expertos... y es que puede haber muchos puntos de vista posibles, algunas demagogias en la recámara, y muchas formas de análisis. Lo que está claro es que es algo confuso, que produce miedo y deseo al mismo tiempo... está claro de que ya no hablamos de tecnologías nuevas ni de futuro, sino de presente y de soportes en permanente evolución...



Fotografía Evil Erin CC

Cuando en los inicios de la revolución industrial se inventó el ferrocarril hubo sociedades científicas promovidas por la iglesia que advertían de que una persona subida en un tren a 20 km por hora podía sufrir un reventón de su cerebro por la velocidad... las fuerzas conservadoras siempre pusieron freno a la tecnología y a los avances científicos, probablemente por miedo a perder la gestión del miedo. En las últimas décadas son sin embargo las fuerzas neo-conservadoras las que en algunas materias promueven los avances técnicos, quizá porque se demostró que los avances eran positivos y puede que porque ahora es más rentable gestionar las técnicas como una nueva fe.

Confundimos siempre niveles de debate: Internet como canal, como plaza expuesta a peligros, si era mejor antes o es mejor ahora, si el soporte hace la comunicación o es sólo un medio, etc...

Estamos entre fascinados por el invento y aterrorizados

Estamos de acuerdo en que hay que abordar el asunto, experimentar con propuestas concretas y sacar conclusiones (nunca definitivas).

Los participantes en el foro aportan ideas, experiencias, dudas, posicionamientos, cuestionan la posibilidad de poder cambiar de rostro en lo virtual (aunque hay quién dice que ése disfraz lo llevamos también en las relaciones presenciales).

Esto demuestra que más allá de cuestiones tecnológicas, lo que está detrás de todo es de carácter metafísico y ético. ¿Qué es la realidad?, ¿Cómo es mi relación con ella? ¿Cuerpo y alma? ¿Esencia o existencia?

Si sufrimos problemas sociales: brecha social, individualismo radical, soledad, falta de vínculos y filiación... por qué achacarlo todo a Internet? Internet navega bien en este mar revuelto... quizá no haya que saber manejar mejor Internet, sino promover otras relaciones entre las personas... O sea lo de siempre, lo que decimos que hacemos con nuestros chavales... Cuando hay naufragio, volvamos a las fuentes.

Parecen interesantes las propuestas como [Hogetti](#), son ejemplos y bancos de pruebas para no hablar de oídas, para encarnar las reflexiones.

Seguimos viaje. Esto era una parada para tomar aire. Son tiempos de vendavales. En vez de fijar los cimientos en exceso, usemos el bambú que es flexible y resistente aunque parezca precario. Vivamos en la precariedad de certezas. Experimentemos, inventemos, erremos. Estemos conectados, picoteemos, acompañemos, pongamos reglas en el juego. No estemos a la última, sólo atentos. Observemos. Y decidamos si le damos a Internet el valor de medio, de contexto, de lenguaje, o de nueva divinidad todopoderosa.

Ha sido un placer estar en este curso. O foro. O plaza. O eco. O lo que sea. Nos vemos en la red.

MÓDULO 6

INTERVENCIÓN SOCIAL

137 Relaciones socioeducativas y naufragos virtuales

139 Tesis o *Internet como Alameda*

141 Antítesis o *Internet como laberinto*

142 Algunas pistas o *Internet como gramática*

144 Proyectos

144 Proyecto Hogetti

144 En síntesis, ¿Qué es Hogetti?

145 Apartados de la red social Hogetti

146 Referencias

147 Proyecto Gazteforum

148 Proyecto Espaciokrea

148 Penúltimos Dilemas. Algunas cuestiones para reflexionar y compartir

Relaciones socioeducativas y náufragos virtuales

Vivimos tiempos de alarmismos y de exageraciones: las revoluciones duran a lo sumo cinco años, y todo parece estudiado, medido y evaluado aunque la realidad nos siga sorprendiendo, o aunque sigamos leyendo en los clásicos grandes ideas de rabiosa actualidad. Claro que Internet y sus aledaños, han supuesto una fractura en el mundo, un fogonazo que todo lo ha cambiado (como la imprenta, la electricidad, o el ferrocarril), pero quizá estemos aun en medio de la confusión, como cuando una ola nos pasa por encima y perdemos la orientación y el pie sobre la arena.

Para sobreponernos, proponemos en este artículo algunas reflexiones a ras de suelo, ideas engordadas en la misma confusión de todos y tamizada por nuestra relación con adolescentes en proyectos socioeducativos. Se mezclan en este asunto la fascinación por lo nuevo, la acumulación de iniciativas en todas direcciones, la intuición de que supone un cambio radical en nuestras vidas y también la moda, estar en la onda. Es cierto que el uso generalizado de las TICs ha propiciado en poco tiempo una gran transformación social y cultural. Todos nosotros en general, y de manera especial nuestros jóvenes y adolescentes, están cambiando los hábitos de relación hasta hace poco dominantes.

Nuestra cultura profesional se construye en la era industrial, en territorios obreros y populares, y quizá tengamos que reajustar algunas cosas ante las nuevas formas sociales. Hace no demasiado tiempo la calle era el espacio de socialización por antonomasia, el territorio absoluto en el que las personas descubrían el mundo, sus límites y sus recovecos; el lugar en el que crecíamos y nos destetábamos. La calle sonaba a peligro y a suciedad, pero también era la plaza, los amigos, los vecinos, la comunidad. La calle era la sala de estar de todos en una época en la que la escala de las cosas era de otras proporciones y la precariedad teñía la vida. La calle era territorio de inclusión y a la vez de exclusión*.

Ahora, después el desarrollo económico y social que hemos vivido, los espacios de relación se han diversificado: hay equipamientos públicos, hay instalaciones deportivas, hay espacios, calles y "plazas virtuales". Hay flujos de información y de afecto, hay autopistas, pasarelas, hilos finos que tejen redes invisibles... y la calle de siempre, la de adoquín y baldosa, parece a menudo un desierto, un lugar de paso, un trámite. Hay quién pretendió hacer del espacio virtual la nueva calle, y la realidad nos va enseñando que en gran parte lo está consiguiendo, que constituye una nueva plaza, un ágora peculiar que está jugando su papel y desarrollando su potencial.

Las redes sociales son redes dentro de la red, que integran actualmente tantos servicios que se han convertido en la casa permanente de los usuarios del ciberespacio y están cambiando nuestra cultura.

Sin embargo, el concepto de Red Social es un concepto más antiguo, que proviene de la raíz, de la esencia del trabajo social. Para todos nosotros una "Red social" está vinculada a tener apoyo, a las palabras comunidad, grupo, familia, resiliencia, salud,

conexión, puente, afecto, solidaridad, pertenencia, posibilidades, acceso, integración, cultura, etc. Aunque también uno puede quedar atrapado en las redes, como un insecto en la tela de araña, o asfixiarse porque es tupida e impermeable... La tensión de la condición humana: soledad versus colectividad, individualidad versus filiación, etc... Así que aunque el fenómeno digital nos haya pillado desprevenidos (o mayores) o llenos de prejuicios, lo cierto es que como educadores deberíamos conocer teorías sobre las redes sociales: cómo se crean, se amplían, se hacen densas, se resquebrajan, de cómo se gestionan y de lo importantes que son para todas las personas.

Cristina Villalba Quesada ha elaborado diferentes reflexiones sobre las redes sociales de apoyo (apoyo social natural). Hace ya unos años, en una de sus ponencias*, señalaba una serie de conclusiones que apuntan aspectos prácticos que nos parecen muy rescatables y generalizables. Aspectos que son planteados mirando a las redes tradicionalmente vinculadas a relaciones interpersonales de "carne y hueso", pero que pueden ser transferidas actualmente a la acción social poniendo la mirada sobre las redes sociales virtuales. Estas eran algunas de sus pistas prácticas para la intervención social desde esta óptica:

- Evaluar la red social personal y el sistema de apoyo social personal y/o comunitario
- Construcción prioritaria de redes en situaciones de aislamiento y exclusión social.
- Evaluar limitaciones, riesgos y potencialidades de la red social personal.
- Evaluar las respuestas de la red en situaciones de cambios y crisis
- Usar los acontecimientos vitales cotidianos para activar capacidades de resiliencia

Planteemos entonces algunos puntos de partida: ¿Internet y sus redes sociales virtuales son un lenguaje, un soporte, o algo más? ¿Si la forma está en el fondo, si las novelas salen distintas escritas con pluma, con máquina de escribir o con ordenador, podemos decir que las relaciones son en realidad las mismas si se establecen en una discoteca cuerpo a cuerpo o por medio de los cables telefónicos? ¿Es sólo cuestión de medios o también de finalidades? Estas y otras cuestiones intentaremos desenmarañar con este texto. En nuestra sociedad es muy frecuente que haya que posicionarse a favor o en contra en relación a cualquier tema pero optamos por el zigzag, por el aire dubitativo, por la enumeración de ideas sueltas en todas direcciones. Se trata de pensar sobre "la cosa", sobre eso de lo que se habla a menudo de oídas, con veneración y temor, como si de un nuevo tótem se tratara.

* Cristina Villalba: *Del contacto en el escenario social a la construcción de redes sociales y fuentes de apoyo social*. Congreso Estatal de trabajo social de Zaragoza, marzo 2009

Tesis o Internet como Alameda

No queremos repetir las bondades de las nuevas tecnologías y en especial de las tan traídas redes sociales virtuales. Es evidente que suponen una multiplicación de posibilidades y de oportunidades. La revolución industrial necesitó el ferrocarril y la globalización necesita de las autopistas de la información para desarrollarse.

Abordar este tema supone adaptarse a la actualidad, y nos orienta de inmediato a construir un nuevo lugar de relación, a crear un espacio para aumentar el número de relaciones y sus calidades, su diversidad, tener a mano la biodiversidad del mundo entero. Desde edades muy tempranas nuestras jóvenes generaciones, se están sumergiendo en esta forma de estar en contacto con sus amigos y con el mundo. Estamos ante la generación digital.

Ya hace 10 años que la revista Educación Social dedicaba su monográfico mensual a "la acción social y las NTCs", en ella se hablaba de los límites y las posibilidades en el campo de la intervención socioeducativa. *Como en todos los campos de intervención y como en todas las profesiones es necesario entrar en la dinámica de renovarse o morir; una renovación que pasa por aprender a aprender, pues el mundo se sucede a gran velocidad y aquello que hemos aprendido hoy mañana ya no sirve. Y en ese renovarse nos damos cuenta que la identidad en esta nueva dimensión se transforma. Casi nos encontramos con que existir también desde el ámbito de la intervención social, es sinónimo de estar presente en la red**.

Así que no parece cuestionable la necesidad de estar presentes, para existir, para no perder el pulso de la calle, para estar accesibles a las personas a las que acompañamos, y por qué no decirlo, para responder a los nuevos criterios de muchos financiadores**.

Las redes sociales están demostrando gran capacidad para eliminar prejuicios, para facilitar el acceso a lo que deseamos: gente que comparta una afición, gente para escuchar mis canciones, gente para quedar,... en realidad es un gran organizador de deseos y de ventanas al mundo.

Pero quizá nos hayamos centrado demasiado en nuestra sociedad en aspectos psicológicos y en el consumo del ocio, porque las redes sociales están demostrando una gran eficacia en el desarrollo de movimientos sociales como los acontecidos en el mundo árabe en estas semanas. Es una cuestión de escala y de tiempos: en el XIX fueron los periódicos los que canalizaban la política y la revuelta, hoy son las redes los vehículos de la protesta (y del consumo también).

Los jóvenes son hoy optimistas "tecnológicos", es decir que no le ven demasiada oscuridad a los avances, e integran con pasión todas las novedades que reduzcan el tamaño, aumenten la velocidad, y borre todas las distancias entre el objeto y el cuerpo. No hay demasiadas sospechas. El mundo de Internet es todavía libre, gratuito, masivo e infinito... y ante tanto vértigo, mejor quedarse con ése espacio de libertad que empequeñece el mundo.

* Anna Forés, Teresa Hernández, Jordi Planella , Carme Trinidad. Revista educación social nº 19, 1991

** Todo lo que suene a nuevas tecnologías, a digital y a Internet tiene automáticamente más puntos. Muchas veces sin demasiado criterio. Podemos llegar al absurdo de disponer de recursos para un aula informática y no para financiar el puesto del educador, o para pagar una excursión con los chavales.

Desde un punto de vista socio-educativo, el uso de las tecnologías de la comunicación nos ofrece:

- Un canal poderoso para informar y formar a las personas.
- Un sistema de comunicación rápido y eficaz para estar disponibles, para que los chavales (o cualquier otra persona) nos hagan una demanda desde su contexto de comunicación.
- Una estrategia para trabajar la creciente soledad de las personas: por el sistema de redes y de conexiones, podemos reconstruir grupos, ayudar a constituirlos y pasar desde ahí a la relación física.
- La posibilidad de abordar temas como la autoimagen, la manera de presentarse, la identidad, la amistad ...
- Un espacio para trabajar la lectura y la escritura. En una sociedad sin lectores resulta que los adolescentes ¡escriben y leen durante todo el día!
- Una oportunidad para hacer más visible nuestro trabajo y para dar a conocer los talentos y creaciones de las personas.
- Un pretexto para reciclarnos, para re-aprender el argot de la nueva calle, los nuevos códigos.
- Un lugar de cierta intimidad para mantener relaciones educativas individualizadas. Cuando el apoyo no supone un estigma.
- Una rendija para contactar con otras personas que están fuera del circuito de servicios sociales. Una puerta de acceso a tendencias, a iniciativas,...

Abordar las redes sociales en Internet supone *Estar Dentro*.

Antítesis o Internet como laberinto

Históricamente los adultos y en especial los agentes socioeducativos, nos hemos encargado de transmitir a los más jóvenes los riesgos y las oportunidades que pueden encontrar en la calle. Los adultos "íbamos por delante", sabíamos por experiencia. Les hemos acompañado para ayudarles a gestionar los riesgos. Con la transformación de los espacios de relación físicos en virtuales nos encontramos adultos y jóvenes ante un mundo todavía por explorar y descubrir. Durante años la aceleración vertiginosa de estas herramientas nos ha producido inseguridad, era un espacio inquietante, percibíamos riesgos de perder nuestra posición educativa.

Hay muchas resistencias en los profesionales de la intervención social a los cambios, por muy modernos o postmodernos que nos creamos: somos en general una especie muy tendente a huir de los avances tecnológicos. Nuestras señas de identidad están pegadas al trato humano, al trabajo de campo, al contacto personal, a los contextos informales. Nos ha costado hacer un hueco a los ordenadores, incluso a los móviles. Es fácil recordar cuando alguien sacaba el móvil con recato y cierta vergüenza en un grupo de educadores: ¡vaya yupi! ¡lo que faltaba, ¡educadores por móvil! Ahora es relativamente sencillo ver a educadores/as con dos y hasta tres móviles en el bolso (o en la mochila para los románticos). Pero para cuando tenemos móvil, resulta que decrecen los sms entre adolescentes y que se imponen las redes sociales, y a este paso, para cuando entremos en las redes habrá saltado la "liebre" a otro formato...

Aunque sea necesaria toda esta reflexión quizá estemos sobrevalorando la cuestión, Internet es importante, pero las redes sociales pueden ser una moda, otra más, que pasará, o que se estabilizará. Estamos desarrollando dos posturas: o la negación de los cambios, "a mí no me interesa" o el exceso "busco cualquier novedad para ser el primero llegar". Y en esta confusión corremos el riesgo de olvidar la materia prima de nuestro oficio: nuestra presencia, nuestro cuerpo que acompaña, nuestra disponibilidad, nuestra voz que escucha y conversa; el contacto personal que produce milagros. Una cosa es renovar las organizaciones (en vez de tarjetas de visita tener una página web) y otra volcar nuestra acción educativa en el pozo negro de Internet.

No vamos a incidir más aquí en el pesimismo tecnológico, aunque tengamos como educadores que estar atentos a los cambios sociopolíticos provocados por estas nuevas tecnologías invasivas y ligados al consumo. Están todas las ventajas de la nueva sociedad pero también sus zonas ciegas: relaciones líquidas, soledad patológica, individualismo, judicialización de la vida, sociedades-gueto, control de la intimidad...

Internet es así una metáfora y un canal del nuevo paradigma. La postmodernidad llega hasta aquí, ahora se presenta un cruce de caminos, ¿seremos capaces de equilibrar las tendencias? ¿de tomarnos un tiempo para digerir los cambios? El laberinto se estrecha. Busquemos una salida.

Algunas pistas o *Internet como gramática*

Seamos sensatos. En vez del dogmatismo tecnológico, o de la vía apocalíptica, vamos a intentar enumerar algunas pistas que nos sirvan para seguir experimentando en esta peliaguda relación entre el trabajo socioeducativo y el uso de las nuevas tecnologías. Porque de lo que estamos hablando es de lenguaje, de nuevos códigos, de nuevos canales, de otras maneras de ver el mundo y las relaciones.

Y es que si lo pensamos detenidamente, ¿qué hacemos habitualmente, a grandes trazos, los que trabajamos en esto de la intervención socio-educativa? Fundamentalmente generamos espacios alternativos, adaptados, próximos, explícitos, intencionados, más o menos normativizados, para acompañar y apoyar a las personas en sus itinerarios vitales, personales y sociales. Pues si ahora lo virtual es "EL" espacio social ¿cómo aportamos esos espacios alternativos, adaptados,... en el ciberespacio? ¿cuáles y cómo podrían ser? ¿cómo nos aprovechamos de sus posibilidades?

Ahí debemos centrarnos, en esa nueva gramática, aprender el idioma, ponerle nuestro acento, dar valor a cada nueva palabra...

Algunas posiciones:

- No dedicar TODAS las energías a esto. Una herramienta más, como callejear, estar, jugar al fútbol, poner a disposición un local... Integrarlo como lenguaje y como forma de ver la realidad. Aculturación. Perspectiva antropológica.
- Utilizar nuevos parámetros para medir riesgos y posibilidades de las personas con las que trabajamos: acceso a las NTICs, cantidad y calidad de su ciber-red, tipo de uso, equilibrio entre relaciones virtuales y relaciones físicas, vulnerabilidad, ...
- Imaginar, hacerse preguntas, idear, experimentar, probar, equivocarse, montar y desmontar proyectos: ¿cómo sería un proyecto en el que las NTICs se pusieran al servicio de las necesidades de los colectivos con los que trabajamos? ¿qué podría aportar de diferente a lo que ya pueden encontrar en el ciber-universo? ¿cómo podemos implicarles en la "gestación"? ¿con quién más nos podemos aliar para enriquecer la idea?
- Pedir la opinión y el asesoramiento de los jóvenes: preguntarles cómo lo ven ellos, cómo nos ven "en ello". Pedirles soporte técnico, aprender con ellos esa cultura.
- Analizar los discursos, las palabras, las formas de relación.
- Estar disponibles en la red, pero a veces, en momentos concretos y en redes estables, sabiendo siempre quién es uno. No entrar a cualquier hora porque uno puede ver más cosas de la cuenta, y sin marco para intervenir.
- Usar lo virtual como pasarela a relaciones y experiencias reales...
- Hablar en clave de red social pero en relación a sus vidas "reales" aplicar la teoría de las redes a sus familias, a sus amigos, a su escuela...
- Abordar con los jóvenes el tema de las redes sociales como fenómeno económico y político. Sondar su capacidad de pensamiento crítico, para vincular deseos de transformación, "incrustar" en las redes intencionadamente temas que tienen impacto directo sobre sus vidas cotidianas, para activar sus reflexiones y movilizar sus cuerpos, para dar un impulso a agruparse y fortalecerse conjuntamente...

- Trabajar con ellos la auto-imagen, cómo se presentan, por qué, con qué identidades, “haciéndose el qué”...
- Formarnos y formar en usos “seguros”. El cuento de caperucita hay que adaptarlo a los nuevos lobos... pero desde una lógica cívica, no poniendo el acento en los peligros.
- Desarrollar talleres de escritura y de lectura.
- Diferenciar el uso de estas tecnologías para “comunicar algo” / para “contactar a alguien” / para “estar disponible-localizable” / como escaparate de proyectos o de creaciones / como espacio lúdico de juego y relación superficial / ...
- Investigar y observar las implicaciones socio-políticas de estas tecnologías, los cambios sociológicos, las nuevas formas de control social, los nuevos tipos de alienación, para denunciarlos y para inventar respuestas.

Proyectos

Para seguir pensando, algunos ejemplos de proyectos en los que estamos implicados:

Proyecto Hogetti

www.hogetti.net

Este proyecto ha sido implantado por la asociación hezizerb elkartea a través de una financiación para proyectos innovadores de la DFG durante el curso 2.009-10. En estos momentos está a la espera de financiación para implementarlo en todo Euskadi con la alianza de diferentes asociaciones:

- **Bizkaia** [red SUSMOA](#) que agrupa a las asociaciones ALDAIKA, BIDE GINTZA, GAZTELEKU Y GURE LURRA
- **Araba** [asociación IRSE](#)
- **Gipuzkoa** [Hezizerb elkartea](#) (y otras tres entidades interesadas en compartir proyecto)

En síntesis, ¿Qué es Hogetti?

Hogetti es una red social dirigida a adolescentes gestionada por educadores/as. Una red que no pretende competir con otras grandes redes ya existentes, sino que quiere concienciar de las ventajas de estas plataformas, pero a la vez educar y acompañar en el uso adecuado.

Hogetti además quiere añadir diferencias:

- Permite conocer en persona a otros adolescentes vinculados a proyectos socioeducativos y poder hacer actividades con ellos. Los usuarios siempre estarán vinculados a educadores/as de referencia del ámbito no formal (educadores de calle, educadores de gaztelekus, pisos de acogimiento residencial, grupos o asociaciones,...)
- Un "control aceptado" del uso.
- Intervención ante usos inadecuados por parte de educador/a de referencia
- Acceso a información de interés para adolescentes
- Espacios para compartir creaciones (canciones, dibujos, escritura,...)
- Megakedadas, salidas,...

Os facilitamos una clave para todos/as, que estará activada durante dos semanas para que podáis salsear, curiosear en la estructura, la finalidad*.

www.hogetti.net

usuario elkartekintza

clave elkartekintza11

* En la página de entrada hay un vídeo que explica el proyecto. Tened en cuenta que la red está en un impasse. La actividad actual es limitada hasta que podamos relanzarla con la financiación necesaria.

Apartados de la red social Hogetti

Espacio	Apariencia
<p>Plaza Es el espacio público. Quiere recuperar la idea de la plaza del barrio, del pueblo, el lugar de encuentro de todas y todos. Aquí, cada usuario puede escribir comentarios, para que los demás los lean. Además, aparecen los últimos movimientos que se han dado en la red.</p>	
<p>NiYo Es el espacio de cada usuario. Es la carta de presentación que hacemos cada uno hacia los demás; cada uno decide qué subir y quién puede ver dicha información.</p>	
<p>Hogettitarras Es el espacio en el que se encuentran todos los usuarios. A la hora de buscar a algún usuario, hay que acudir a este espacio y buscar por el nombre. Es el "lístín" de la red.</p>	
<p>Kedadak Es el espacio para realizar quedadas físicas con otros hogettitarras. Aquí podrán quedar con jóvenes de su alrededor para actividades especiales, o podrán unirse a planes existentes.</p>	

<p>ZintzilikArte Cuelgan sus obras (imágenes, dibujos, canciones, escritos...) en la red, para que los demás usuarios las vean.</p>	
<p>Agenda Enterarse de eventos, actividades oportunidades lúdicas, ... todo lo que pueda ser de interés y fomento ocio saludable, encuentro, cultura, deporte.</p>	
<p>Konfidentziala Si tienen preguntas, problemas o quebraderos de cabeza, pueden compartirlo de manera anónima y recibir una respuesta. TOTALMENTE ANONIMO.</p>	

Referencias

- Artículos y medios escritos
- Televisión
- Radio 01
- Radio 02

Proyecto Gazteforum

www.gazteforum.net

GAZTE FORUM: Los/as educadores/as de los gaztelekus y de los programas de educación de calle (u otros socioeducativos dirigidos a jóvenes), a menudo, ven situaciones grupales que les preocupan, por su vulnerabilidad, fragilidad, exposición al riesgo, por las conductas que manifiestan, por su forma de relacionarse entre ellos y/ o con el entorno,... Pero a su vez los/las educadores/as entienden que el grupo de amigos es vital, tiene elementos esenciales para el desarrollo personal, solo hace falta ayudarles a identificarlos y potenciarlos.

A menudo falta un pretexto, para entrar en un plano de relación educadores-jóvenes que les permita aportar esas visiones externas de su situación y darles una connotación positiva, constructiva, que les enriquezca y ayude en su proceso madurativo.

El proyecto Gazte Forum quiere brindar esa posibilidad de reflexionar sobre la persona y el grupo de amigos: las relaciones interpersonales, los valores grupales, las potencialidades de un grupo de amigos, la presión grupal, los riesgos... La idea es que después de un intenso proceso reflexivo y vivencial, con esa reflexión grupal elaboren un montaje audiovisual (cortometraje, documental, videoclip, P.Point,...) que contará algo de ellos/as.

La clave es que reflexionen y "hablen" de ellos mismos, de su grupo, de sus preocupaciones, sus dificultades, sus puntos fuertes... no se trata de abordar un tema que les es ajeno. Esto en sí mismo tiene un gran valor y favorece procesos tanto personales como grupales muy interesantes.

Con el producto que elaboran, un video montaje, participarán en un concurso entre todos los programas inscritos. Ellos mismos participan en la elección del ganador en una jornada de encuentro, junto con educadores, técnicos,... Los productos se difunden a nivel local y provincial para diferentes audiencias: en los centros escolares, para padres/madres, abierto a jóvenes, a técnicos y políticos, comunidad en general... según sea considerado. Con todos los trabajos (o una selección de ellos) se elabora un DVD/CD para su difusión y se cuelgan en la web del proyecto.

Proyecto Espaciokrea

www.espaciokrea.org

Lo desarrolla Asociación Navarra Nuevo Futuro en un contexto de hogares de acogida. Pretende ser un escaparate de creaciones realizadas por los adolescentes que participan en talleres artísticos, de radio, de artesanía, excursiones,... se trata de ir dejando rastro de lo que hacen, para que lo puedan enseñar, compartir,... algunos menores de origen extranjero envían a sus familias el enlace y lo pueden oír desde su países, mejoran la imagen y la autoimagen porque no se habla de los problemas, se habla de lo que hacen... Internet aquí es como una sala de exposiciones, un lugar que nos da cobertura, sentido (las creaciones se hacen para la web, hay un encargo, una finalidad...).

Penúltimos Dilemas. Algunas cuestiones para reflexionar y compartir

La tarea de la semana

¿Qué os parece que compartamos lo que os ha sugerido el texto, los proyectos, las cuestiones que se plantean?

Y debatir juntos sobre:

¿Crear "redes pasarela" va en contra de la esencia de Internet y las redes sociales convencionales?

¿Creamos redes paralelas o creamos "redes pasarela"?

¿Es posible intervenir socio-educativamente a través de las redes? ¿En qué medida?

¿Cómo hacemos? ¿Nos sumergimos en las redes convencionales? ¿Para qué? Y luego ¿qué?

¿Necesitamos estar en la red para existir nosotros o porque es una herramienta para el trabajo?

¡¡¡ANÍMENSE!!!



ELKARTEKINTZA SAREAN 2.0

Hirugarren Sektoreko Elkarteei Zuzendutako Prestakuntza

**Formación
para Entidades
del Tercer Sector**

**MÓDULO 7
DESARROLLO COMUNITARIO**



Autor Ainara Pérez
Organización Saregune
Proyecto Elkartekintza
Licencia CC BY-SA
Fecha 21/03/2011 - 28/03/2011



Presentación MÓDULO 7

Saregune: Tecnologías comunitarias

Saregune (proyecto de la [Asociación Sartu Álava](#)) es un centro de desarrollo comunitario, un espacio de encuentro desde el que queremos potenciar el uso libre y gratuito de las tecnologías como herramienta para la dinamización social y comunitaria del Casco Medieval de Vitoria-Gasteiz.

El proyecto pretende ser varias cosas a la vez:

- *Un lugar, un espacio, para el acercamiento del vecindario al mundo de las nuevas tecnologías. Un espacio para la formación y uso libre de herramientas informáticas que permitan el acceso a la información y el conocimiento, contribuyendo a la ruptura de la "brecha digital", fundamentalmente de personas que se encuentran bastante alejadas de las nuevas posibilidades que representan.*
- *Una alternativa laboral para 20 personas, residentes y/o con vinculación al barrio, que van a disponer de un contrato de un año a media jornada. Les posibilitará una experiencia laboral en el desarrollo de tareas vinculadas a las nuevas tecnologías (capacitación en perfiles de dinamización de centros de formación en tecnologías y perfiles de diseño web).*
- *Una iniciativa de actividad diferente, revitalizadora, que busca un impacto distinto y en positivo para una de las zonas de mayor declive social, de actividad comercial y de atracción residencial del Casco Histórico.*
- *Un espacio dinamizador de la relación intercultural/intervecinal, potenciada de manera inespecífica y de forma transversal, que favorezca la creación de redes de relación y convivencia aprovechando las ventajas de la diversidad cultural existente en el barrio.*
- *Un proyecto aglutinador de iniciativas vecinales y ciudadanas que fomente el interés por participar activamente en la construcción de un entorno social más acogedor y sin exclusiones.*

Algo que, todo junto, pretende ser un revulsivo importante para esta parte del barrio, y que puede significar un punto de inflexión en la tendencia de degradación a la que viene apuntando esta zona del Casco Medieval.

Un proyecto que pretende contribuir a reforzar las diferentes iniciativas promovidas por los distintos agentes presentes en la trama social del barrio, tanto institucionales como de carácter social, y sin cuya colaboración no podrá desplegar todas sus potencialidades. Porque lo que pretende es trabajar en el barrio, desde una óptica transversal, para dinamizar acciones que tienen que ver con la intervención social, la regeneración de actividad y empleo, la participación vecinal, el fomento de actitudes de acercamiento hacia el nuevo tipo de habitantes residentes en el barrio... para lo cual consideramos fundamental la colaboración y el trabajo compartido para alcanzar objetivos comunes. De manera que el impacto global tenga un carácter integral.

Esta semana en [Elkartekintza](#) nos ha dado para mucho, hemos hecho una especie de auto-análisis de por qué usamos las TICs o por qué razones no las consideramos una herramienta imprescindible.

Se han comentado las cuestiones que han hecho que estas herramientas se hayan convertido en un apoyo a nuestra labor diaria y hemos incidido en los motivos por los que éstas son una potente herramienta para el desarrollo comunitario.

El "toma y daca" de ideas lo hemos intentado resumir con esta imagen:



Pero, centrándonos en las cuestiones principales el "meollo", ha estado en...

Formación vs. Culturización

Este ha sido el debate principal de la semana. Ver cómo no solo es necesaria una formación sino que es imprescindible una culturización en el tema.

No es suficiente con ofrecer cursos y talleres, hay que generar otra serie de dinámicas y de espacios que permitan a las personas conocer las posibilidades que estas herramientas nos ofrecen, que nos permitan usarlas y tenerlas en cuenta como otra herramienta y no como una carga o un añadido a nuestra labor.

Comentaban también la falta de "convencimiento" en el uso de las TICs, que en ocasiones se usan por que están de moda pero sin pararse a pensar si realmente cubren nuestras necesidades: "primero surge la necesidad y luego se busca la vía por la que darle salida", "si se la "imponemos" a otros si hacerles ver lo que les puede aportar o porqué decidimos utilizar esa y no otra...fracaso seguro"

Barrera vs. Herramienta facilitadora

A su vez, y centrándonos mas en la comunidad, parece clara la idea de que estas herramientas son facilitadoras, que son una herramienta de gestión y comunicación importantísimas y que crean lazos sociales ya que rompen con todas las barreras físicas. Pero no debemos olvidarnos de que para muchas personas son una barrera más, de que existen resistencias al cambio y de que debemos tener en cuenta que no todo el mundo tiene necesidad o posibilidad de usarlas.

A continuación os dejamos algunas frases que definen perfectamente por dónde han ido las conversaciones en torno a este tema :

- *"El éxito o fracaso de las TICs depende más de lo que esperamos de ellas o de la utilidad que le damos, que de la herramienta en sí"*
- *"Es un canal ideal para dinamizar cualquier iniciativa vecinal. Además, las redes supongo que fomentaran las relaciones personales entre las personas del mismo barrio"*
- *"Muchas de las acciones que emprendemos serían por completo diferentes sin este mestizaje. Y las TIC para esto son insustituibles"*

MÓDULO 7

DESARROLLO COMUNITARIO

154 Presentación Saregune

- 154 ¿Qué somos?
- 155 ¿Qué hacemos?
- 155 ¿Cómo lo hacemos?
- 157 ¿Para quién?
- 157 ¿Dónde?
- 158 ¿Con qué objetivos?

158 Planes de Empleo y formación

- 160 Especialistas en dinamización social a través de las nuevas tecnologías
- 160 Técnicos/as en entornos multimedia

161 Personas usuarias

- 161 Registros en Formación (Enero-Junio 20120)
- 161 Registros por Edad (Enero-Junio 20120)
- 162 Registros por Procedencia (Enero-Junio 20120)
- 162 Usos Saregune (Enero-Junio 20120)

163 Hezigune: Trabajo con asociaciones y colectivos

- 163 Formación
- 164 Proyectos Web
- 166 Algunos ejemplos
- 166 Portal Asociativo: elkartek.info
- 166 Blogune
- 167 Televisión del barrio: auzo.tv

168 Barrio

- 168 Barrio
- 168 Colaboraciones
- 168 Plataforma Amanda
- 169 Plataforma de Mayores

170 Impactos a nivel comunitario

Presentación Saregune

¿Qué somos?

Asociación Sartu Álava



Saregune está ubicado en el Casco Histórico de Vitoria-Gasteiz y es uno de los proyectos de la [Asociación Sartu Álava](#).

La Asociación SARTU-ÁLAVA somos una asociación privada sin ánimo de lucro, aconfesional y apolítica, que trabajamos en el sector de los servicios sociales y cuyo objetivo es la lucha contra la marginación y la exclusión social.

Tratamos de conseguirlo:

- Haciendo especial hincapié en las personas que se encuentran en situaciones de mayor desventaja social.
- Poniendo a su disposición recursos de motivación, orientación, capacitación personal y técnica y de acceso al mercado de trabajo en un proceso continuo de acompañamiento individualizado.
- Interviniendo activamente en las situaciones sociales para construir nuevas posibilidades más integradoras

Aunque nuestro ámbito de actuación es el Territorio Histórico de Álava, actuamos de manera homogénea en toda la Comunidad Autónoma Vasca a través de nuestra participación en la Federación SARTU, con la que compartimos metodología, fines, estrategia y convenio laboral. A todos los efectos actuamos como una sola entidad con una gestión común.

[Vídeo Federación](#)

Espacio de encuentro



Saregune es un espacio abierto a todo el mundo en el cual usamos las NNTT como excusa para romper diferentes brechas; digitales, vecinales, culturales... Ofrecemos formación, blogs, apoyo tecnológico o cualquier cuestión relacionada con las nuevas tecnologías, tanto a personas individuales como a asociaciones y colectivos.

Dinamizador@s sociales del barrio

Trabajamos en el barrio y con el barrio. Pretendemos que Saregune sea un punto de referencia en el barrio, a donde cualquier persona pueda acudir, sin barreras arquitectónicas, sin barreras de idioma, sin barreras culturales... Queremos ser parte del barrio y trabajamos para que deje de verse como un barrio gueto y pueda verse como un barrio rico, un barrio diverso, un barrio en movimiento.

[Presentación Saregune](#)

[Vídeo Saregune](#)

¿Qué hacemos?

Alfabetización digital inclusiva

Apostamos por el acceso de todas las personas a las Nuevas Tecnologías como fuente de formación e información para ello ofrecemos formación de manera libre y gratuita, ofertando diferentes cursos y talleres, siempre atendiendo a la diversidad. Ofrecemos cursos desde Alfabetización digital hasta Blogs o retoque de fotografía, son de 2, 3 o 4 semanas, con una duración de 1h. 30min. cada día. Creemos que el acceso a la formación, y en consecuencia a la información, son claves para el desarrollo personal de las personas.

Iniciativas del barrio

Intentamos colaborar en las diferentes actividades y movimientos que se dan en torno al barrio: Participamos en diferentes Plataformas, nos coordinamos con otras asociaciones y colectivos... En definitiva, apostamos por el trabajo colaborativo y participativo como herramienta de trabajo en nuestro día a día.

¿Cómo lo hacemos?

Planes de empleo y formación (PEFs)

Pieza clave de todo esto son los 2 Planes de Empleo y Formación, 24 personas cada año repartidas en 2 PEFs, personas que son formadas (650horas) y luego contratadas durante todo un año a media jornada.

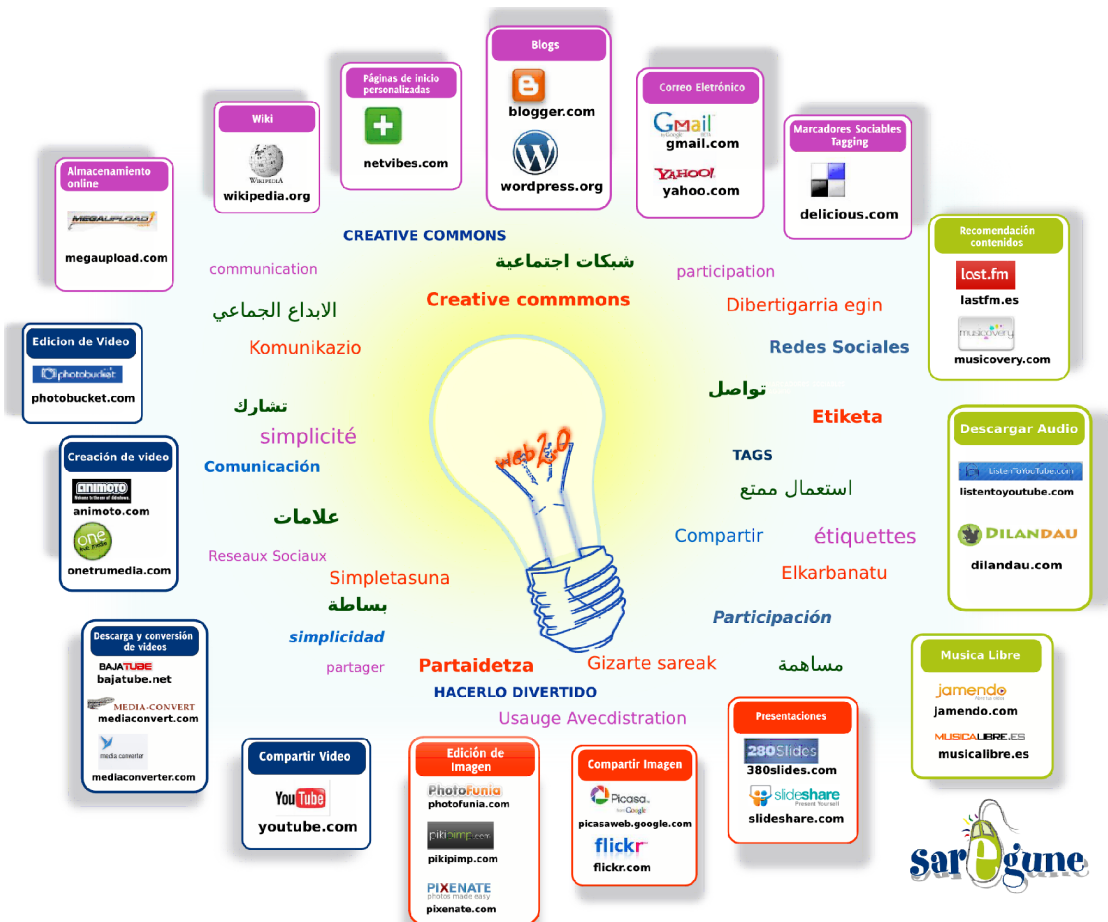
Las personas dinamizadoras, se encargan de impartir la formación y atender a las personas usuarias. Estas personas mantienen el espacio abierto desde las 9 de la mañana hasta las 20:30, impartiendo 6 cursos a lo largo del día.

Y las personas técnicas en entornos multimedia, gestionan, crean y mantienen diferentes servicios Web, editan vídeos, elaboran cartelería ó aquello que las diferentes asociaciones y colectivos nos soliciten.

Software Libre y Web 2.0

Para poder llevar a cabo todos nuestros objetivos, solo usamos Software Libre, un Software Libre y gratuito, accesible para todo el mundo. Actualmente todas nuestras máquinas funcionan con Ubuntu, usamos la suite ofimática OpenOffice.org, retocamos fotos con Gimp, realizamos diseños con Inkscape, navegamos con Firefox...

Y apostamos al 100% por la filosofía de la Web 2.0 la cual tiene como elementos clave la participación, la accesibilidad y el trabajo colaborativo. Nos coordinamos con Google Calendar, tenemos materiales en SlideShare, nuestras fotos están en Flickr y Picasa...



¿Para quién?

Saregune es un espacio abierto a la ciudadanía, el único requisito es la motivación y las ganas de formarse.

Las personas que vienen a inscribirse a las cursos solo necesitan un nombre de usuario/a y una contraseña, el resto de datos que pedimos son meramente estadísticos (fecha de nacimiento, sexo, código postal y país de origen).

Vídeo Memoria Saregune

¿Dónde?



Estamos ubicadas en en Casco Viejo de Vitoria-Gasteiz, uno de los barrios de la ciudad con mayor riesgo de degradación y en el que se dan mayor número de situaciones de dificultad social y económica: declive comercial y de servicios, el doble de personas perceptoras de Rentas Básicas y apoyadas desde los servicios sociales que en el resto de la ciudad, un 17% de población inmigrante (censada), problemas de paro, de vivienda, carencia de espacios públicos y de servicios, etc., que lo han ido convirtiendo en un lugar poco atractivo desde un punto de vista residencial y comercial.

Por otro lado las propuestas institucionales de intervención, centradas en la reactivación comercial y en la recuperación del rico patrimonio histórico como motor turístico, han relegado los aspectos sociales a un segundo plano y están siendo insuficientes para la necesaria revitalización social.

En ese contexto Saregune surge como un proyecto que, tomando la ruptura de la brecha digital como centro de interés, pretende la ruptura de otra serie de "brechas": inter-culturales, inter-vecinales, inter-asociativas, culturales, educativas, relacionales y colaborativas; donde el acercamiento y uso de las tecnologías tiene un carácter instrumental para la superación de esas otras "brechas", desde un planteamiento de cambio social.

¿Con qué objetivos?

Inserción sociolaboral

Uno de nuestros grandes objetivos es el de la inserción sociolaboral de personas con situaciones desfavorecidas. De forma que puedan adquirir competencias, conocimientos y habilidades de relación interpersonales que les permitan un acceso al mercado laboral normalizado.

Diversidad

Apostamos por la diversidad, ofreciendo a cualquier persona que se acerque por Saregune, la posibilidad de formarse o de formar parte de cualquiera de los planes de empleo y formación.

Trabajamos de manera específica con colectivos o con personas que así nos lo soliciten desde su asociación ya que las nuevas tecnologías nos ofrecen la posibilidad de adecuarlos perfectamente a las necesidades de cada persona.

Ruptura de la brecha digital

Creemos que en los tiempos que corren es indispensable subirse al tren de las nuevas tecnologías facilitando así el acceso a todo tipo de información, de servicios, de recursos... En Saregune trabajamos con las personas, sin distinciones, amoldándonos a su situación e intentando dar respuesta a sus necesidades.

Planes de Empleo y Formación

Todos los años ponemos en marcha 2 planes de formación y empleo, uno de **Especialistas en dinamización social de las nuevas tecnologías** y otro de **Técnicos/as en entornos multimedia**.

El primer grupo, principalmente, se encarga de preparar e impartir la formación a las personas que se acercan por Saregune y el segundo, de crear blogs y trabajos de cartelería para asociaciones.

Ambos planes constan de 650 horas de formación y un contrato de trabajo de un año a media jornada, por lo que anualmente 24 personas son formadas y 20 de ellas son contratadas.

En la configuración de los grupos se hace un especial esfuerzo por que el equipo de jóvenes que participan representen el actual arco poblacional del barrio: idiomas, usos culturales, género, nivel sociocultural-económico, nivel formativo, etc. La pretensión es que hagan de puentes con sus diferentes grupos de referencia para facilitar la atracción hacia el Centro y las tecnologías al mayor abanico de personas, respetando sus idiosincrasias y culturas, dando ejemplo de respeto a la diversidad y acercamiento intercultural.

Su paso por Saregune tiene como objetivo capacitarles técnicamente y ofrecerles una experiencia laboral que impulse sus itinerarios personales de inserción y les facilite una salida laboral en un sector de futuro. En ese sentido hay una importante labor educativa interna que pretende promover los cambios personales necesarios para garantizar la eficacia de cada proceso individual.

Esa labor educativa se inicia en la selección donde, en coordinación con los Servicios Sociales y comunitarios de la zona, se prioriza a personas cuya participación pueda significar un punto de inflexión en su proceso.

Pasan a ejercer nuevos roles que les ayudan a romper con las etiquetas y estereotipos por los que, en muchos casos, se les encasilla en su entorno, pasando a jugar papeles de apoyo a la comunidad, se convierten en multiplicadoras/es de contenidos: Tras recibir la formación se convierten en formadoras/es para la ciudadanía, cambiando su rol de alumnas/os por formadoras/es.

En ambos procesos formativo-laborales se trabajan aspectos que pretenden mejorar una serie de competencias y actitudes generalizables a cualquier puesto de trabajo. Además se experimentan y ponen en juego en la fase de contratación, donde se tiene la oportunidad de ajustarlas y/o reforzarlas en función de la experiencia y comportamiento concreto. Son las siguientes:

- Capacidad y actitud para tener una imagen positiva y realista de sí mismo/a, basada en el conocimiento, análisis y predisposición de mejora continua de sus propias capacidades y limitaciones. (Autoestima).
- Capacidad y actitud para identificar soluciones a diferentes problemas de forma autónoma, tomando las decisiones oportunas, proponiendo ideas y llevándolas a cabo, con una predisposición permanente de búsqueda de nuevas alternativas, de manera ágil, práctica y eficaz. (Autonomía e Iniciativa).
- Capacidad y actitud para trabajar con otras personas con el fin de conseguir un objetivo común, estableciendo una relación eficaz y siendo capaces de resolver conjuntamente los problemas que puedan surgir, asumiendo los límites y funciones de cada una. (Trabajo en Equipo).
- Capacidad y actitud de escucha activa, asimilando y transmitiendo mensajes verbales y no verbales, con el objeto de establecer relaciones personales adecuadas y eficaces para el cumplimiento de determinados objetivos sociales y laborales. (Capacidad de Comunicación y Habilidades Sociales).
- Capacidad y actitud para valorar, asumir y ejecutar acciones de una manera activa, acorde con las normas establecidas y de forma constante en el tiempo y coherente con las consecuencias de la toma de decisiones, hasta alcanzar los objetivos propuestos. (Responsabilidad, Compromiso, Constancia).

Capacidades y competencias técnicas específicas

Además de las competencias y habilidades generales que se ponen en juego con la participación en los procesos, cada uno de ellos aporta, y aborda, una gama concreta de competencias y capacidades específicas.

Especialistas en dinamización social de las nuevas tecnologías

- Capacidad para atender, con las habilidades y las especificidades culturales adecuadas, a un público diverso e intercultural.
- Capacidad para trabajar en entornos basados en Unix (Ubuntu y Debian).
- Capacidad para conocer Internet y las diferentes posibilidades de sus tecnologías y servicios 2.0 , tanto para las personas como para los colectivos.
- Capacidad para trabajar con software de edición y retoque de audio, vídeo e imagen digital.
- Capacidad para apoyar, trabajar y educar en nuevas tecnologías con habilidades sociales y metodologías que posibiliten un acercamiento cómodo a las nuevas tecnologías a personas y colectivos de variada procedencia social, cultural, étnica, idiomática.
- Capacidad para prever y minimizar el posible impacto ambiental que puede generar la profesión o profesiones afines como la de formador/a en aplicaciones informáticas y aspectos relacionados.
- Capacidad para ejercer la profesión de forma responsable en materia de seguridad y salud laboral, adoptando las medidas necesarias para minimizar los riesgos laborales inherentes a la profesión.
- Capacidad para realizar un plan de empresa y su viabilidad, justificando y aprendiendo el sistema de puesta en marcha de un negocio.

Técnicos/as en entornos multimedia

- Capacidad para trabajar en sistemas operativos basados en UNIX: GNU/Linux (Ubuntu).
- Capacidad para el manejo avanzado de herramientas ofimáticas.
- Capacidad para la edición de vídeo y audio con herramientas de Software Libre.
- Capacidad para utilizar las herramientas de navegación y búsqueda avanzada.
- Capacidad para la utilización avanzada de protocolos propios de redes e Internet (POP/SMTP/IMAP, HTTP, FTP, Telnet, SSH, TCP/IP).
- Capacidad para la creación de sitios web y portales verticales dinamizados a través de tecnologías emergentes basados en Software Libre y social (CMS, BLOGS, WIKI).
- Capacidad avanzada para manejar herramientas de diseño, programación y maquetación de contenidos web, incidiendo en la accesibilidad y usabilidad de los sitios web diseñados.
- Capacidad de manejo avanzado de herramientas de seguridad en Internet y de los protocolos para protección de datos en la red.

- Capacidad y conocimientos para realizar el trabajo en condiciones de responsabilidad y minimización de los riesgos de la profesión.
- Capacidad para realizar un plan de empresa y su viabilidad, justificando y aprendiendo el sistema de puesta en marcha de un negocio.

Personas usuarias

Registros en Formación (Enero-Junio 2010)

<i>Curso</i>	<i>Nº cursos</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Total</i>	<i>%</i>
Blogs	6	20	44	64	11%
Writer	8	34	53	87	14%
Calc	9	22	64	86	14%
Impress	6	21	44	65	11%
Iniciación a la informática	18	77	121	198	33%
Taller 2.0	8	24	64	88	14%
Gimp	2	6	15	21	3%
	57	204	405	609	

Durante el año 2010 (Enero-Julio) se han impartido 57 cursos en diferentes temáticas. Utilizando las aplicaciones del Software Libre y la Web 2.0 como herramienta, ofreciendo un total de 1.122 horas de formación. Siendo el más solicitado Iniciación a la informática.

Registros por Edad (Enero-Junio 2010)

<i>Edad</i>	<i>Mujeres</i>	<i>Hombres</i>	<i>Total</i>
18-30 años	45	145	190
31-50 años	110	207	317
Más de 50 años	49	53	102

Destacamos que las edades de las personas que acuden a Saregune son muy diversas fomentando así las relaciones inter-generacionales. La franja de edad entre los 31 y 50 años es la más destacada.

Registros por Procedencia (Enero-Junio 2010)

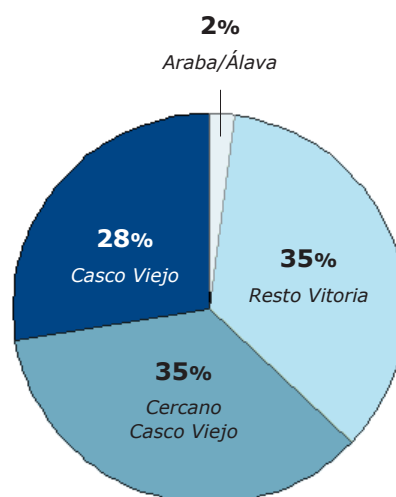
Procedencia	Mujeres	Hombres	Total
Spain	79	66	145
Morocco	69	17	86
Argentina	56	4	49
Algeria	39	10	49
Pakistan	45	1	46
Senegal	35	4	39
Ecuador	5	12	17
Equatorial Guinea	8	8	16
Brazil	4	11	15
Bolivia	1	13	14
Cameroon	8	5	13
Nigeria	4	9	13
Guinea	9	1	10
Colombia	1	6	7
Guinea-Bissau	7	0	7
Paraguay	3	4	7
Western Sahara	0	7	7
Burkina Faso	1	4	5
Cote D´Ivoire	4	1	5
Ghana	5	0	5
Mauritania	4	1	5
Honduras	0	4	4
Romania	2	2	4
India	2	1	3
Mali	1	2	3
Peru	1	2	3
Chile	0	2	2
Dominican Republic	1	1	2
Gambia	2	0	2
Guatemala	0	2	2
Haiti	0	2	2
Moldova	2	0	2
Andorra	1	0	1
Argentina	1	0	1
Congo	1	0	1
France	1	0	1
Georgia	1	0	1
Macao	1	0	1
Poland	0	1	1
United Arab Emirates	1	0	1
Venezuela	0	1	1

En cuanto su lugar de residencia, se refleja claramente que más de un 63% (383 personas) de las personas que han acudido tienen su residencia en el Casco Viejo o barrios cercanos, cumpliendo así con nuestro objetivo de promover las relaciones inter-vecinales.

Otros de los datos a destacar son las relaciones inter-culturales que se generan en el centro. Como se refleja en la siguiente tabla, las personas que han acudido a Saregune proceden de 41 países diferentes.

Esto genera, de una manera normalizada, las interrelaciones cruzadas tomando como eje la interculturalidad.

Usos Saregune (Enero-Junio 2010)



Hezigune: Trabajo con asociaciones y colectivos

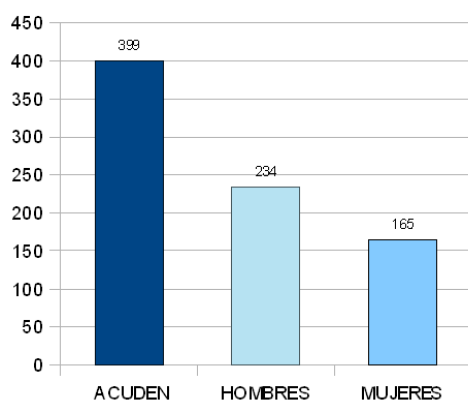


Desde Hezigune hemos consolidado un espacio de aprendizaje permanente no formal. Con él trataremos de afianzar un proceso, continuado y sostenido, de aplicación del uso de las tecnologías a la dinamización y participación comunitaria. Una actividad dirigida a fomentar el interés por participar activamente en la construcción de un entorno social más acogedor y sin exclusiones, y a la generación de una red rica y activa frente a la solución de las diferentes problemáticas existentes en el ámbito local del Casco Histórico de Vitoria-Gasteiz.

El papel de las tecnologías en la dinamización social está siendo muy importante, entendemos su sentido en la formación y organización de las personas y movimientos de la iniciativa social, de manera que permita un manejo responsable de las nuevas tecnologías como una herramienta más de creación y acceso a la información y la cultura, de comunicación e intercambio, y de participación. Donde la tecnología no es un fin, sino un medio que contribuye de manera positiva en la obtención de otros objetivos. Hezigune está en funcionamiento de lunes a viernes, en horario de 16.00h a 20.30h. Como todos nuestros servicios, también es gratuito.

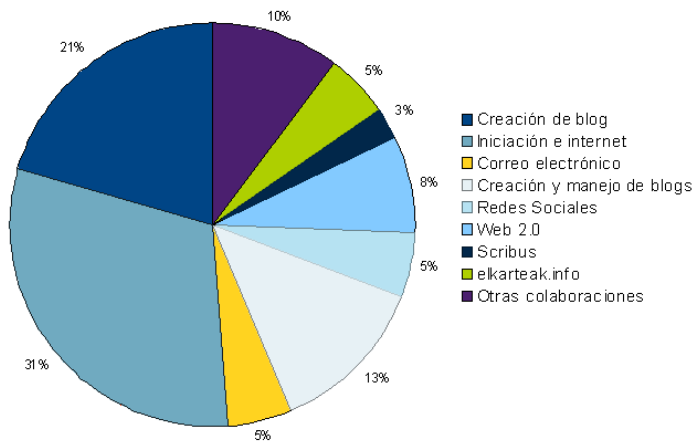
Formación

Podemos diseñar "cursos a la carta" en función las necesidades y características de las personas integrantes del colectivo. En este caso la persona formadora será la persona que coordina este espacio.



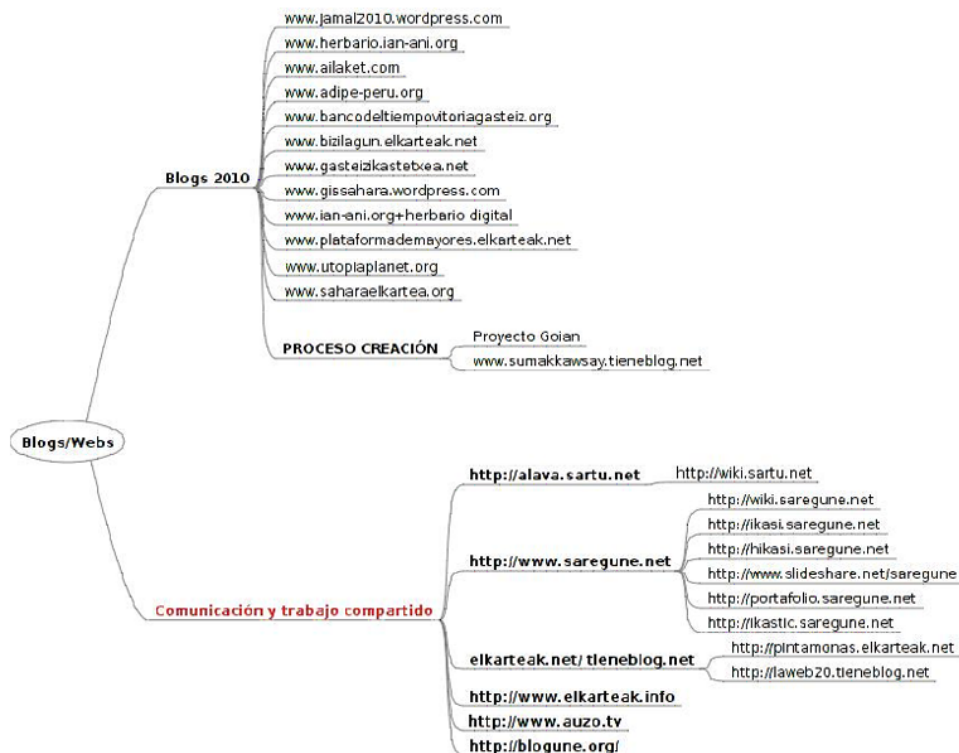
A lo largo del 2010 se han impartido 310 horas de formación a casi 400 personas, de las cuales el 59% son hombre y el 41% mujeres.

El bloque de iniciación a la informática y la creación de blogs, son las demandas principales:



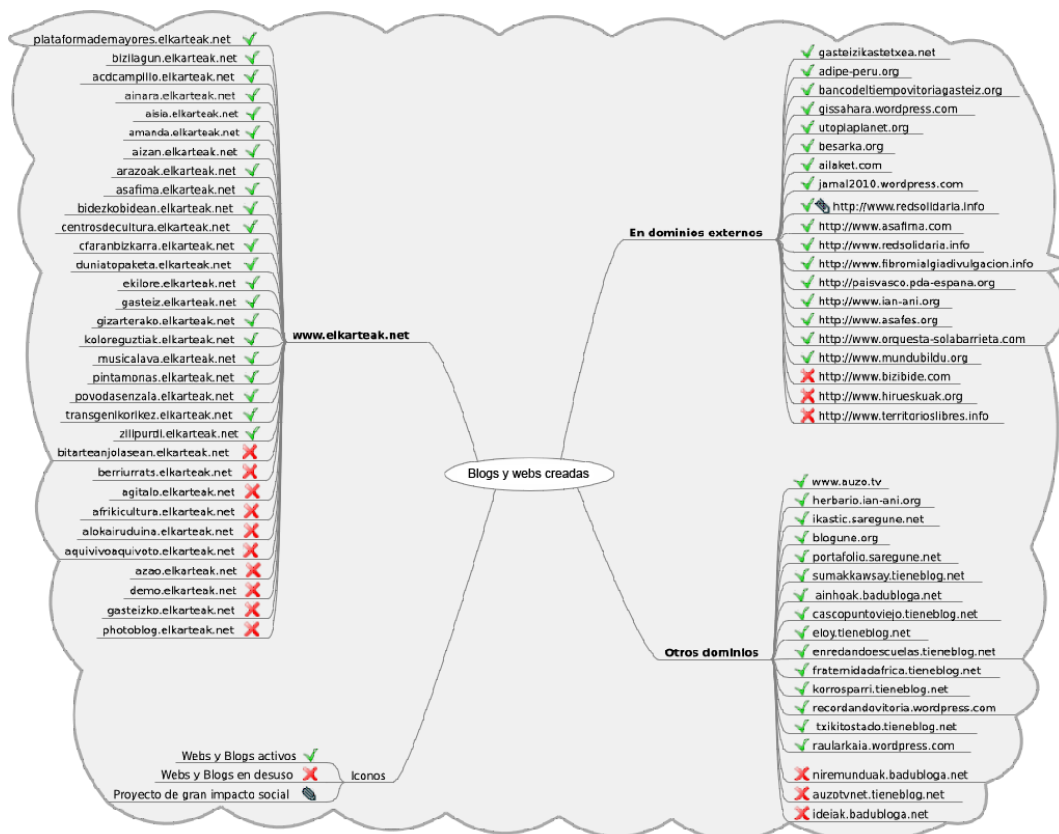
Proyectos Web

A continuación os presentamos las Webs o blogs que se han realizado a lo largo del 2010, por el Plan de Empleo-Formación de **Técnicos/as en entornos multimedia**.



Como se puede observar, existen blogs o herramientas de todo tipo, algunas Webs espacios creados desde cero como blogune o espacios desarrollados sobre Wordpress.org.

En el siguiente mapa podemos ver los blogs y Webs que se han realizado desde 2006, algunos en dominios externos y otros en los dominios propios, dominios como elkartek.net, tieneblog.net o badubloga.net los cuales ofrecemos a las asociaciones para crear sus propios subdominios.



El proceso suele constar de varias fases: Unas primeras reuniones para conocerlos y trabajar sobre lo que quieren crear, que tipo de herramienta quieren o necesitan. En base a estas primeras reuniones elaboramos varios bocetos sobre los que trabajaremos hasta conseguir la herramienta "ideal".

Tras el proceso de creación de la herramienta ofrecemos formación adecuada a sus necesidades para que aprendan a manejarla y puedan ser autónomos y autónomas.

Algunos ejemplos

Algunos de los proyectos importantes que hemos elaborado son:

Portal Asociativo: elkartek.info



Este Portal Asociativo es una de las “joyas” de Saregune. Este portal tiene la intención de ser una herramienta útil para el movimiento asociativo de Vitoria-Gasteiz. Queremos que sea reflejo de la diversidad, riqueza, dinamismo y diversidad de nuestro movimiento asociativo local.

Los objetivos que persigue son:

- Crear un canal de comunicación entre la sociedad y el movimiento asociativo.
- Hacer visible la actividad asociativa existente en nuestra ciudad.
- Dinamizar el movimiento asociativo, fomentando la colaboración, coordinación e información compartida en el desarrollo de iniciativas y proyectos.

Vídeo elkartek.info

Blogune

Este [blog](#) es la herramienta principal de la próxima campaña de ¡Quiero un blog! Es una blog que recoge toda la información para las asociaciones interesadas en crear un blog: ejemplos, los pasos a seguir...

Con este recurso queremos transmitir a las asociaciones la posibilidad de crear un espacio Web de una manera sencilla y gratuita, con un apoyo y un seguimiento continuado por parte de un grupo de personas formadas para ello.



Televisión del barrio: auzo.tv



Hemos creado auzo.tv aprovechando la facilidad y gratuidad de los medios técnicos necesarios para hacerla visible y extensible a través de Internet.

Con ello queremos contribuir al empoderamiento ciudadano y a aumentar sus posibilidades de incidencia en la (re)construcción de los espacios de convivencia, dotando a la comunidad en general (a través de su ciudadanía individual y de sus iniciativas colectivas) de herramientas de participación activa, directa, y siempre desde un planteamiento educativo.

Los tres grandes objetivos que pretendemos alcanzar a largo plazo con su puesta en marcha son:

- Crear una identidad común de barrio, de espacio de convivencia, especialmente frente a las situaciones de injusticia social percibida.
- Romper con el consenso generalizado de que las cosas son así y no se pueden cambiar.
- Generar una conciencia colectiva de que existen posibilidades, recursos, creatividad y personas suficientemente dispuestas para cambiarlas.

A lo largo del 2010 hemos elaborado 16 vídeo-reportajes diferentes:

- *Rueda de prensa* **Feria de Asociaciones**
- *Reportaje* **Auzo.tb**
- *Reportaje* **I. Feria de Asociaciones**
- *Reportaje* **GizonSarea**
- *Reportaje* **Encuentro Senior Web**
- *Reportaje* **I Feria de Empleo de Vitoria-Gasteiz**
- *Vídeo-Memoria* **Saregune**
- *Reportaje* **elkartek.info**
- *Reportaje* **Un nuevo barrio**
- *Emisión en directo* **Plazas de los sorteos**
- *Reportaje* **Los Planes de Empleo y Formación en Saregune**
- *Reportaje* **Arabesco**
- **iVenga ese abrazo! / Ekarri besarkada bat!**
- *Ponencia* **Tónia Burguesa** (Jornadas Plataforma Amanda)
- *Emisión en directo* **Plazas de los sorteos**
- *Reportaje* **Plataforma Amanda**

Barrio

Barrio

Saregune representa una actividad distinta a la actual tendencia de “guetización” de actividades y situaciones problemáticas en la zona, regenerándolo con actividades novedosas y punteras, de manera que contribuye directamente a:

- Cambiar la percepción que tiene el vecindario sobre la tendencia a la degradación, sienta que algo está empezando a cambiar y recupere su ilusión y dinamismo.
- Favorecer otro tipo de asentamientos comerciales y de actividad diferente y “en positivo”, materializado en un proyecto distinto y novedoso como este (no todas las actividades tienen que ser de carácter comercial o turístico).

Está ubicado en un lugar de tránsito, con mucha visibilidad para muchas personas que acceden al Casco Histórico por una de sus vías naturales de entrada. Lo que potencia su divulgación entre personas residentes en otros barrios y zonas de la ciudad y contribuye a cambiar, en positivo, la percepción que se tiene de esta zona.

Saregune está pensado con la intención de que contribuya, como un recurso más, a potenciar la labor desarrollada por otros agentes que intervienen en el barrio:

- Dando apoyo al movimiento asociativo ofreciendo el espacio como lugar de referencia para aprovechar, fomentar y ofrecer disponibilidad de uso de las tecnologías en su trabajo diario: gestión interna (ofimática, conocimiento técnico de ordenadores...), comunicaciones (correo electrónico, página web, programas de gestión de trabajo compartido,..), generación de espacios virtuales y reales de debate y reflexión sobre temas y problemáticas compartidas, ajustadas a sus temáticas concretas.
- Colaborando de manera transversal con iniciativas institucionales existentes o futuras que refuercen y aprovechen los esfuerzos para la mejora de situaciones sociales concretas del barrio.

Trata de fomentar una presencia en el mundo virtual de la actividad comercial del barrio, que contribuya a mejorar y potenciar una imagen novedosa y diferente, que interrelacione lo social con lo comercial, cultural, turístico... buscando espacios de interés compartido que confluyan en la mejora de la situación general del barrio.

Colaboraciones

Plataforma Amanda

La [Plataforma Amanda](#) surge en 2003 como unión de ideas, enfoques y experiencias sobre la convivencia entre culturas en Vitoria-Gasteiz. En ella confluyen personas con proyectos de trabajo de diferentes ámbitos del casco viejo, todos ellos vinculados a la educación, formal y no formal, y relacionados con la acogida y la integración de personas que han llegado a esta zona en condiciones de desprotección y desigualdad.



En estos momentos, los colectivos que estamos participando somos el colegio Gasteiz Herri Ikastetxea, el AMPA del centro, servicios sociales del Campillo a través del programa de educación de calle, Saregune, Hegoa y el departamento de didáctica de Magisterio.

Nos parece necesario crear un espacio común en el que integrar y articular las diferentes miradas y las distintas líneas de acción y convertirlas en un proyecto global que sirva para reforzar y consolidar el esfuerzo educativo de la familia y de la escuela (plan educativo comunitario).

[Vídeo de las Jornadas](#)

Plataforma de Mayores



[Plataforma de Mayores](#)

Desde la Plataforma de entidades y servicios dinamizadores de recursos destinados a personas mayores de la zona Centro (Casco Medieval, Ensanche y Coronación) se ha venido trabajando desde hace un tiempo en la creación de propuestas y actividades que promueven un modelo de envejecimiento activo, participativo y comprometido con la comunidad a la que pertenecen.

Nuestro objetivo principal es el de configurar una red de agentes sociales que están en recursos sociales, culturales, lúdicos, comunitarios y/o espirituales para personas mayores con el fin de trabajar de forma coordinada y buscar en ellas un envejecimiento activo entendido como proceso de optimización de las oportunidades de participación, salud, bienestar y seguridad a medida que avanza el ciclo de la vida (OMS), teniendo presente que estamos en un entorno físico, comunitario y social específico como es la zona Centro de Vitoria-Gasteiz.

Impactos a nivel comunitario

Además de contribuir a la mejora de las situaciones personales y laborales de quienes participan directamente en los Planes de Empleo-Formación, a nivel comunitario aporta elementos muy significativos:

- Hace posible la existencia y funcionamiento de una actividad positiva y amigable que repercute directa y positivamente en la dinamización social del barrio: facilitando interacciones personales que generan nuevos vínculos de relación inter-vecinal y previenen situaciones de conflictividad social, acercando la información y el conocimiento a quienes más lo necesitan, atrayendo nuevos tránsitos de personas con intereses distintos y novedosos a los existentes anteriormente (mucho más negativos)... etc.
- Genera nuevas expectativas laborales entre la población joven del barrio que siente que puede tener alguna opción laboral a corto-medio plazo en un sector de futuro. En el caso de Saregune ha significado que, a partir del primer año de funcionamiento, hemos contado con una media de 60 candidaturas para cada Plan de empleo con cabida para 10 personas.
- En bastantes casos ha supuesto un retorno al aprendizaje normalizado por parte de personas que, procedentes del fracaso escolar, habían perdido toda esperanza y con fianza en el sistema educativo, generando nuevas posibilidades formativas a través del autoaprendizaje apoyado, la formación continua y el aprendizaje permanente vinculado a las tecnologías.
- Contribuye a ofrecer alternativas de inserción como recurso para los Servicios Sociales de Base de zona en su trabajo social y comunitario, aportando alternativas viables para avanzar y mejorar las condiciones de algunas de las personas a las que atienden, a quienes pueden proponer como candidatas a participar en alguno de los procesos.
- Fomenta la creación y consolidación de un capital social rico e interconectado. En base a las necesidades tecnológicas se generan sinergias y grupos de interés común que facilitan el acercamiento y el trabajo compartido entre la iniciativa social.
- Ayuda a modificar estereotipos negativos del vecindario tanto hacia las personas del barrio contratadas, cuyo rol pasa a ser de servicio a la comunidad, como entre las personas usuarias que en este entorno pueden sacar a la luz sus conocimientos (de otros idiomas, de manejo de las tecnologías, ..) y romper con muchos prejuicios respecto a las personas extranjeras y otras etnias y sus respectivos usos culturales.
- Socializa, desmitifica y horizontaliza el papel de la tecnología ayudando a ver su papel y uso social, no exclusivamente mercantil. El uso del Software Libre en el proceso ayuda a profundizar en los valores de la colaboración, de la creación compartida del conocimiento y su contribución a la creación cultural libre.

Sistematización de Saregune

