

Capacitación digital básica I

NAVEGACIÓN Y COMUNICACIÓN II



Navegación y comunicación II

ICONOS



VER TAMBIÉN



VER EJEMPLO



CONTENIDO COMPLEMENTARIO



PARA SABER MÁS



ACTITUD DIGITAL



ACTIVIDAD



SOLUCIÓN

Navegación y comunicación II

ÍNDICE

Presentación	4
Los marcadores sociales	5
¿Qué son los marcadores sociales?	5
Dimensión social	6
Servicios de los marcadores sociales	8
Marcadores sociales y prescripción	16
Actividades	16
Los blogs	17
¿Qué es un blog?	17
Localizar blogs	20
Publicar un blog personal	22
Códigos de conducta	28
Los videoblogs	29
Los microblogs	31
Actividades	33
Agregadores y sindicación	34
La sindicación de contenidos	34
¿Cómo funciona la sindicación?	36
Agregar y syndicar	37
Programas lectores	38
Programas de sindicación	39
Actividades	41
Buscar información en la web social	42
Los marcadores sociales	42
Los blogs	43
Prescripción social	45
Localización de imágenes	46
Actividades	47
Redes y grupos sociales	48
Grupos de amigos en red	48
Redes especializadas	51
Redes sociales profesionales	53
Grupos sociales a medida	54
Comportamiento en las redes sociales	58
Actividades	59
Trabajar en red	60
Los wikis	60
Documentos en línea con Google Docs	62
Las opciones de Microsoft Office	65
Slideshare: presentaciones en Internet	65
Fotografías en la red	67
Actividades	68
Práctica final	69
Ideas clave	71
Soluciones actividades	72
Glosario	75

Navegación y comunicación II

PRESENTACIÓN

Navegar por Internet y comunicarse digitalmente en la red requiere, inevitablemente, un cierto dominio de aplicaciones informáticas más o menos sofisticadas de carácter unidireccional entre el usuario de grandes suministradores de información, y de programas clientes que ponen en contacto a unos usuarios con otros.

Pero, en la era de las redes sociales, la llamada Web 2.0, la navegación y las comunicaciones digitales telemáticas nos llevan mucho más allá. Porque cualquier usuario de las redes digitales es, a la vez, creador de contenidos y agente de servicios, con lo que sus actividades de navegación y comunicación adquieren nuevas dimensiones y posibilidades en la telaraña infinita de circulación de información, prescripción social, colaboración colectiva virtual e intercambio permanente de datos y actitudes en red.

Los marcadores sociales, los blogs como canal de aportación continua de contenidos y conversación social, los mismos diarios personales como fuentes de información interpretada, valorada y filtrada, la sindicación como redifusión ininterrumpida de información y opinión, las redes sociales como espacios de convivencia permanente no presencial, las herramientas e instrumentos de trabajo colectivo simultáneo desde cualquier punto del planeta...

En este módulo, analizaremos algunos de los principales instrumentos para vivir y rentabilizar, individual y colectivamente, nuestra nueva forma de vida personal, profesional y social en las redes digitales.

Navegación y comunicación II

LOS MARCADORES SOCIALES

Millones de usuarios de Internet recorren, constantemente, la red, evalúan sus múltiples recursos y valoran propuestas, datos e informaciones digitales. Su acción colectiva construye, día a día, un inmenso patrimonio cultural e informativo que, como usuarios de las redes telemáticas, nos afecta de lleno en una doble vertiente: la interpretación del conjunto de usuarios nos aporta conocimiento para mejorar el uso que cada uno de nosotros hace del caudal informativo de la red; y, a la vez, nos convierte en agentes activos de opinión, recomendación y prescripción únicos y fundamentales para el resto de usuarios. Los marcadores sociales nos proporcionan una herramienta básica para mejorar nuestro uso de Internet, mientras contribuimos, decisivamente, a que el conjunto de usuarios optimice su utilización individual y colectiva de la red.

En este tema, trataremos los siguientes subtemas:

- **La definición de los marcadores sociales.**
- **Su dimensión social.**
- **Los servicios que ofrecen.**
- **Los marcadores sociales y la prescripción.**

Al final del tema, encontrarás una actividad para desarrollar que te permitirá conocer si has asimilado los conceptos trabajados en él mismo.

¿Qué son los marcadores sociales?

Los llamados **marcadores sociales** (o **social bookmarking**) cumplen la misma funcionalidad que la herramienta de almacenamiento y organización de enlaces favoritos de nuestro navegador. Pero la diferencia esencial radica en que las herramientas de marcadores sociales guardan nuestros enlaces favoritos en una página web residente en un servidor de la red.

Los servicios de enlaces favoritos en línea presentan diversas funcionalidades:

- Nos permiten acceder a ellos de forma rápida desde cualquier ordenador y nos evitan, por tanto, tener que estar transportando la lista de favoritos de un ordenador a otro.
- Suelen ofrecer opciones de clasificación mediante **etiquetas** (o **tags**), que permiten hacer un seguimiento de los enlaces de forma más visual y sencilla, comparada con la de las herramientas de los navegadores, habitualmente estructuradas en árboles temáticos de carpetas y subcarpetas.

Este tipo de aplicaciones presenta, por consiguiente, entornos gráficos simples y usables, que permiten acceder a la información almacenada de forma rápida.

- Los servicios de marcadores sociales, además, presentan opciones para **compartir con otros usuarios** enlaces, etiquetas y valoraciones sobre las fuentes de información reseñadas, lo cual los convierte en una **fuerza dinámica de intercambio permanente de información** útil sobre **sitios** y webs de interés para determinados grupos de usuarios.



El fenómeno de los **marcadores sociales**, en definitiva, nos presenta un **espacio de intercambio de información** en la red, en el que cualquiera de nosotros se convierte en **prescriptor** cuando marca y recomienda un determinado sitio, debido a la valoración que hace de sus contenidos. Y, a la vez, se beneficia de la prescripción, valoración y consejo que centenas de miles de usuarios hacen, constantemente, acerca de las fuentes de información de la red que les parecen más fiables y pertinentes de un determinado ámbito temático.

Dimensión social

Los servicios de **marcadores sociales** se han convertido en una forma sencilla y popular de almacenar, clasificar y compartir enlaces en Internet o en una Intranet.

Además de los **marcadores de enlaces genéricos**, los usuarios cuentan con **servicios especializados** en diferentes áreas de su interés, como literatura, vídeos, música, compras, mapas o viajes. Incluso, los marcadores sociales se han extendido a la valoración de noticias y eventos, como los que proporcionan servicios de **prescripción social** de noticias como **Digg**.

The screenshot shows the Digg website interface. At the top, there is a navigation bar with the Digg logo and links for 'Join Digg', 'About', and 'Login'. Below this is a secondary navigation bar with categories: Technology, World & Business, Science, Gaming, Lifestyle, Entertainment, Sports, and Offbeat. A third bar contains 'Popular', 'Upcoming BETA', 'News', 'Videos', 'Images', 'Podcasts', and 'Customize'. The main content area is titled 'News, Images, Videos' and includes sorting options: 'Most Recent', 'Top in 24 Hr', and '7 Days'. A promotional banner says 'Discover the best of the web! Learn more about Digg by taking the tour.' Below are two featured items: a video titled '26 basic Judo throws in 26 seconds' with 135 diggs, and an image titled 'Infamous photo fakes' with 289 diggs. Each item has a 'digg it' button and icons for comments, share, bury, and submit.

<http://www.digg.com/>

VENTAJAS	INCONVENIENTES
<ul style="list-style-type: none"> ■ Las listas de marcadores sociales que cada usuario guarda, organiza y etiqueta son las que más se adecuan a su criterio de valoración y utilidad. Las listas pueden ser accesibles, públicamente, o de forma privada. Otras personas con intereses similares pueden ver los enlaces por categorías, etiquetas o al azar. ■ También categorizan los recursos con tags o etiquetas, que son palabras asignadas por los usuarios relacionadas con el recurso. La mayoría de los servicios de marcadores sociales permite que los usuarios busquen marcadores asociados a determinadas tags y clasifiquen en un ranking los recursos según el número de usuarios que los han marcado. ■ La popularidad de las valoraciones ha impulsado a los servicios de marcadores sociales a incrementar prestaciones y permitir opciones complementarias, como votaciones, comentarios, importar o exportar, añadir notas, enviar enlaces por correo, notificaciones automáticas, sindicación de contenidos o creación de grupos y redes sociales. ■ A diferencia de los resultados de la mayoría de motores automáticos de búsqueda, las valoraciones y recomendaciones en los sistemas de marcadores sociales han sido efectuadas por usuarios humanos, en lugar de máquinas que procesan la información de forma automática según un programa. ■ Su carácter social otorga un valor añadido a las cantidades de agregaciones y recomendaciones: los usuarios marcan los recursos que encuentran más útiles y, por lo tanto, los recursos más útiles son marcados por más usuarios. De esta forma, se crea un ranking de recursos basado en el criterio de los usuarios. Es una forma de medir la utilidad y credibilidad de los recursos presentados, en ocasiones más eficiente que la que proporcionan otros sistemas automatizados, como los que se basan en el número de enlaces externos, visitas o citas de un término. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ En los sistemas de recomendación y organización basados en tags o etiquetas, no existe un sistema establecido de palabras clave o categorías, ni una estructura conceptual (por ejemplo, plural/singular, mayúsculas, acentos, etc.), lo cual puede llevar a errores a la hora de deletrear términos de búsqueda. ■ Podemos encontrar resultados inexactos debido a confusiones entre sinónimos o antónimos. ■ Podemos encontrarnos con que algunos usuarios pueden crear tags demasiados personalizados con poco significado para otros usuarios.

Servicios de los marcadores sociales

Existen **servicios gratuitos** para gestionar **favoritos en línea** y **marcadores sociales**. Como en muchos otros servicios de la red, el primer paso es obtener una cuenta gratuita en ellos administrando una serie de datos, como el nombre de usuario, la contraseña y una dirección de correo electrónico.

¡Guarda en línea tu favoritos con Mister Wong y accede a ellos desde cualquier lugar! Colecciona enlaces interesantes, márcalos como privados o compártelos con la comunidad y amigos. Crea redes, califica otros enlaces, dejate inspirar - [wong the web!](#)

Ingresar

Usuario:

Contraseña:

- Si aun no estás registrado, puedes [hacerlo aquí gratuitamente](#).
- [Olvidé la clave](#)
- [Solicitar enlaces de activación](#)

Cuenta gratuita

A continuación, suele abrirse un espacio en el que el usuario puede empezar a publicar y administrar sus enlaces. A través de una opción de publicación, incluirá el nombre de la página web que va a guardar, la dirección web y las palabras clave con las que va a clasificarla. Los enlaces se irán agregando al espacio de forma cronológica inversa. Y el usuario podrá acceder a ellos por medio de una dirección web personalizada o por medio de su contraseña. Algunos servicios permiten crear una red de contactos con otros usuarios que utilizan el servicio y enviarles enlaces recomendados para que los almacenen en su sistema.

Si nos planteamos ser usuarios de servicios de marcadores sociales, tenemos algunas opciones principales que se deben tener en cuenta:

- **Del.icio.us**
- **Mister Wong**
- **Blinklist**

Estos tres marcadores, los trataremos extensamente a continuación.


■ **StumbleUpon**

Basado en recomendaciones, permite conocer nuevos sitios web de una forma intuitiva. La ventaja que presenta es que los sitios, previamente, han sido filtrados por los otros usuarios por un proceso de valoración comunitaria. StumbleUpon se combina con una extensión para los navegadores principales (Safari, Internet Explorer y Firefox) que ayuda a automatizar la navegación.


<http://www.stumbleupon.com/>

Recently popular websites with StumbleUpon users

Show me more | What is this?



Full Screen Flash Video Demo
3000+ rated on Jan 4, 2007 • <http://www.flashcompuni.com/apps/full...>
BBC Mobion Gallery. Impressive and beautiful clips from around the world
166 reviews • arts, video, bbc



Landscape photos | landscapes with a soul
m9groovyimama rated on May 24, 2007 • <http://www.outdoor-photos.com/>
great landscape & outdoor photos.....if only i could just walk into one & disappear for a while.
212 reviews • photography, arts, landscapes

■ Diigo

Una de las aplicaciones más interesantes de este almacén de favoritos es su función 'Web Slideshow', que sirve para ver en modo diapositiva los contenidos almacenados por los usuarios.

<http://www.diigo.com/>



■ Google Bookmarks

Aunque carece de la vertiente más social, tan habitual en los marcadores en línea, es una buena aplicación para compartir favoritos entre varios ordenadores que cuenta con la potencia del motor de búsqueda de Google.

<http://www.google.com/bookmarks>

- ★ [Kindle: ¿la alternativa de Amazon a los libros electrónicos...](#) - <
- ★ [El navegador de Internet Netscape desaparecerá en febrero...](#) -
- ★ [Balzac.tv - balzac.tv - 19 Dic - Marcador: editar - eliminar](#)
- ★ [Lavanguardia.es - Noticias, actualidad, última ...](#) - lavanguardia

■ SocialMarker

Se trata de un servicio que posibilita compartir y promover enlaces en 43 de los marcadores sociales más conocidos.

<http://www.socialmarker.com/>

Select the social bookmarking sites you want
All | Best | None | Bookmarking | News | Dofollow

- | | |
|---|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Propeller.com | <input checked="" type="checkbox"/> Slashdot.org |
| <input checked="" type="checkbox"/> Digg.com | <input checked="" type="checkbox"/> Technorati.com |
| <input checked="" type="checkbox"/> Del.icio.us | <input checked="" type="checkbox"/> Stumbleupon.com |
| <input checked="" type="checkbox"/> Twitter.com | <input checked="" type="checkbox"/> Reddit.com |
| <input checked="" type="checkbox"/> Tagza.com | <input checked="" type="checkbox"/> Fark.com |
| <input checked="" type="checkbox"/> Newsvine.com | <input checked="" type="checkbox"/> Furl.net |
| <input checked="" type="checkbox"/> swik.net | <input checked="" type="checkbox"/> Connotea.org |
| <input checked="" type="checkbox"/> Links Marker | <input checked="" type="checkbox"/> Sphinn.com |
| <input checked="" type="checkbox"/> Blinklist.com | <input checked="" type="checkbox"/> Faves.com |
| <input checked="" type="checkbox"/> Mister-wong.com | <input checked="" type="checkbox"/> Spurl.net |
| <input checked="" type="checkbox"/> Netvouz.com | <input checked="" type="checkbox"/> Diigo.com |
| <input checked="" type="checkbox"/> Backflip.com | <input checked="" type="checkbox"/> Rawsugar.com |
| <input checked="" type="checkbox"/> Bibsonomy.org | <input checked="" type="checkbox"/> Folkd.com |
| <input checked="" type="checkbox"/> Linkagogo.com | <input checked="" type="checkbox"/> Indianpad.com |

Fotografías



También hay marcadores sociales especializados en compartir y almacenar fotografías como:

- vi.sualize.us: <http://vi.sualize.us/>
- [FFFFound](http://ffffound.com/): <http://ffffound.com/>

Otros sitios destacados son **Cite U Like** (<http://www.citeulike.org/>) y **Connotea** (<http://www.connotea.org/>). Se trata de dos de los servicios de marcadores sociales más utilizados por la comunidad científica. Están destinados a recopilar y presentar información tecnológica.



CiteULike ▾ Journals ▾ Groups ▾

FREE TRIAL
to over 120 SAGE
journals in Science,
Technology, and
Medicine until
July 31, 2008

A free online service to organise your academic papers
Some recent papers posted to CiteULike - all mixed together.

- **GENOMICS: Lining Up to Avoid Bias**
Science, Vol. 319, No. 5862. (25 January 2008), pp. 416-417.
by Antonis **Rokas**
posted to [nuts n bolts alignment](#) by [bpcusack](#) on 2008-07-18 17:05:06 as ★★ [along with 7 people](#)

Free online reference management for all researchers, clinicians and scientists
Completely free, no download

[→ sign up now](#)

Del.icio.us

Del.icio.us (<http://del.icio.us/>) es un servicio en inglés que permite guardar y consultar los enlaces favoritos desde una web en lugar de tenerlos en el navegador de Internet. De esta manera, se puede acceder a ellos desde cualquier ordenador. El servicio permite clasificar los enlaces con *tags* (palabras clave), comentar el contenido y compartir el enlace con otros internautas. Gracias a esta labor comunitaria, la web sirve para rastrear más información sobre los temas que nos interesan. Se trata del marcador social más conocido de Internet. Pulsando sobre el botón que hay en el pie de la noticia, enviará ese enlace a su cuenta de favoritos de Del.icio.us. Para enviar información hay que estar **registrado**. Es el más veterano, conocido y utilizado.

hotlist what's hot right now on del.icio.us

HOT NOW see also: popular | recent

5 Twitter Tactics for Building a Stellar Brand save this 102 people
first posted by wss23 twitter marketing socialmedia branding business tags

Multicolor Search Lab - Idee Inc. save this 167 people
first posted by webber flickr color search photos design tags

tags to watch more ...

search
あのひと検索 SPYSEE [スパイシー]
Twitter Search
feedmysearch - Turn google searches into usefull rss feeds

lifehacks
Success Soul > 7 Habits to Master the Art of Winning against the Odds
Wise Bread | Living large on a small budget

Del.icio.us

1 Enter Details 2 Install Buttons 3 Button Tutorial

username


full name

password

- at least six characters required
- at least one letter and one symbol or number required
- may not contain five consecutive letters from your username or full name

password again

email



please type these letters

Keep all your bookmarks in delicious and access them from home, office, anywhere.

Share your bookmarks with family, friends, and colleagues.

Discover new sites from the delicious community (browse, find, get recommendations). [> learn more](#)

Providing your email address will not put you at risk for spam. We respect your privacy and will only send you an initial verification email, password reminders upon request, and notices of critical service updates. [> Our privacy policy](#)

Registro en la web

Una vez aceptado, para administrar nuestro gestor deberemos pulsar en “login” desde la portada y teclear el nombre de usuario y la contraseña. Esto último es lo que tendremos que hacer siempre, a partir de ahora, para utilizar el sistema.

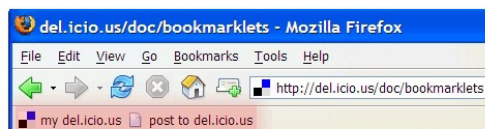
Una de las mayores diferencias entre los favoritos del navegador y los favoritos en línea es que los primeros se clasifican por carpetas y los segundos, por etiquetas o “tags”. El servicio presenta diferentes opciones.

RECURSO	DESCRIPCIÓN
Your bookmarks	Muestra la lista de webs que vamos guardando.
Your network	Muestra los usuarios que hemos aceptado en nuestra red y con quiénes podemos compartir enlaces.
Suscriptions	Con esta opción, podemos hacer una suscripción para que aparezcan en esta sección todos los enlaces que se clasifiquen con una determinada etiqueta y acotar esa suscripción para que sólo nos lleguen los enlaces etiquetados de un único usuario. Podemos hacer varias suscripciones.
Links for you	En esta sección, se almacenan los enlaces que otros usuarios nos envían.
Post	Sirve para guardar enlaces. Primero, se nos pedirá la dirección web que queremos guardar. Después, incluiremos el título, una descripción de la web y los <i>tags</i> o palabras clave. En la parte inferior, aparecerán todos los <i>tags</i> que ya hemos utilizado en otras ocasiones y la opción de enviar dicho enlace a los usuarios que tenemos en nuestra red.
Settings	Nos permite cambiar las opciones de nuestra cuenta: cambiar la contraseña, la cuenta de correo-e, editar nuestro perfil de usuario, borrar la cuenta, importar o exportar enlaces, guardar enlaces en modo privado, cambiar el nombre a los <i>tags</i> , borrar algún <i>tag</i> , etc.
Link rolls	Es una de las opciones que aparece en <i>Settings</i> y permite publicar en nuestra web o blog una lista de los últimos enlaces que hemos añadido a nuestros favoritos en línea.
Tag rolls	Es una de las opciones que aparece en <i>Settings</i> y permite publicar en nuestra web o blog una nube o una lista de los <i>tags</i> que usamos. Cuando el visitante de nuestra web pulse en estos <i>tags</i> , saltará, automáticamente, a la lista de webs clasificadas por esta palabra en nuestros favoritos en línea.
Bundle tags	Es una de las opciones que aparece en <i>Settings</i> y permite organizar, visualmente, las palabras clave agrupándolas. Por ejemplo, si estamos clasificando todas las web con <i>tags</i> que describen el idioma de estas webs (inglés, francés, árabe, catalán, gallego, castellano...), podemos clasificar estos <i>tags</i> en el grupo “Idiomas”.
Recent	Visualiza las últimas páginas guardadas por todos los usuarios del servicio.
Popular	Enseña las páginas que más guardan los usuarios. Además, existe un buscador para encontrar enlaces o usuarios y, en casi todas las páginas, un canal RSS para suscribirnos.


Para que no tengamos que acceder a la web cada vez que queramos incorporar una nueva web en nuestro directorio personal, sistemas como **Del.icio.us** disponen de **botones** (<http://del.icio.us/help/buttons>) que se pueden integrar en el navegador.

What are buttons and why do I need them?

Buttons (**bookmarklets**) are links you add to your browser's Bookmarks Toolbar. They are an easy way to post and view your bookmarks in del.icio.us.



What do they do?

The  post to del.icio.us button allows you to post your current page to del.icio.us.

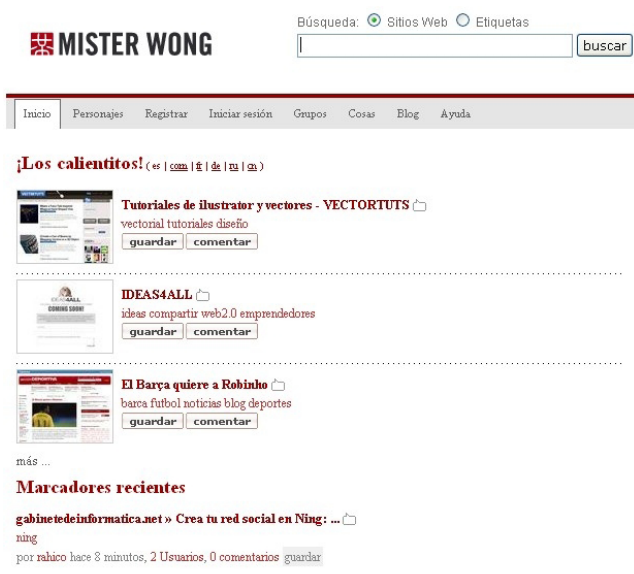
The  my del.icio.us button allows you to quickly view your bookmarks.

Botones de Del.icio.us

Estos botones se añaden a la barra de herramientas del navegador. Son dos: uno permite añadir a nuestro directorio la página que esté en pantalla y el otro nos muestra, rápidamente, los enlaces guardados.

Mister Wong

Está en español y cuenta con abundante apoyo en la red, que se actualiza día a día. Presenta, como principales ventajas, que es la **red de marcadores sociales** más grande de Europa. Está disponible en inglés, alemán, ruso, chino, francés y español, y permite almacenar sitios favoritos en línea, categorizarlos agregando etiquetas (**tags**) y construir un directorio práctico de los marcadores (**links**), a los que se puede acceder desde cualquier lugar. Se puede acceder a los favoritos de la comunidad, tanto por las nubes de etiquetas o **tags** como por su orden cronológico de aparición en el sitio.



<http://www.mister-wong.es/>

Al clicar las etiquetas de otros usuarios, se puede ver qué sitios han almacenado de determinado tema específico. También presenta la extensión **Mister Wong Toolbar**, que agrega a Firefox una barra de tres botones. El primero

sirve para acceder a las principales secciones del servicio, el segundo, para ver tus favoritos y el tercero, para agregar la página activa a tus favoritos. Al usar este último, la página es sustituida por el formulario de creación del nuevo marcador, y después de crearlo se te devolverá a la página que estabas visitando.

<http://www.mister-wong.es/stuff/>



También presenta un blog específico donde descubrir las últimas novedades del servicio.

<http://blog.mister-wong.es/>

Como en la mayoría de servicios en línea, para usar el servicio de **Mister Wong**, lo primero que debemos hacer es registrarnos:

A screenshot of the registration form on the Mister Wong website. The form is titled 'Registrar' and includes the following fields: 'Usuario:' (with a note 'min. 2 y max. 12 caracteres'), 'Direccion E-mail:', 'Contraseña:' (with a note 'min. 4 caracteres'), and 'Repetir clave:' (with a note 'min. 4 caracteres'). There is a 'Registrar' button at the bottom of the form. The website header includes the 'MISTER WONG' logo and a search bar with 'Búsqueda: Sitios Web Etiquetas'. The navigation menu includes 'Inicio', 'Personajes', 'Registrar', 'Iniciar sesión', 'Grupos', 'Cosas', 'Blog', and 'Ayuda'.

Efectuado el registro, podemos acceder a los diferentes servicios: “guardar” para introducir nuestros enlaces favoritos, añadir las direcciones **URL** acompañadas por títulos identificativos, comentarios, etiquetas para clasificar la información, enlaces públicos o privados...

En la pestaña “**favoritos**” se irán acumulando los sucesivos enlaces y las páginas que vayamos añadiendo. Enlaces que podremos editar, modificar y recomendar en cualquier momento.

A screenshot of the 'Agregar marcador' form on the Mister Wong website. The form is titled 'Agregar marcador' and includes the following fields: 'URL:' (with a note 'Solo http://, https://, o ftp://'), 'Título:' (with a note 'máx. 100 caracteres'), 'Comentario:' (with a note 'máx. 200 caracteres'), and 'Etiquetas:'. There are radio buttons for 'Estado:' (Publico (predeterminado) and Privado) and a checkbox for 'Agregar a grupo:'. There is a 'Guardar marcador' button at the bottom of the form. The website header includes the 'felipeginer MISTER WONG' logo and a search bar with 'Búsqueda: Sitios Web Favoritos Etiquetas'. The navigation menu includes 'Inicio', 'Guardar', 'Favoritos', 'Amigos', 'Grupos', 'Perfil', 'Correo', 'Cosas', 'Blog', and 'Ayuda'. There is also a 'Mis etiquetas' section on the right side of the page.

Y, en la pestaña “grupos”, podremos crear redes de usuarios con los que deseemos compartir enlaces e información de interés de forma accesible, en todo momento, desde cualquier equipo informático con acceso a Internet.



Mister Wong

Simulación disponible en la versión web del material

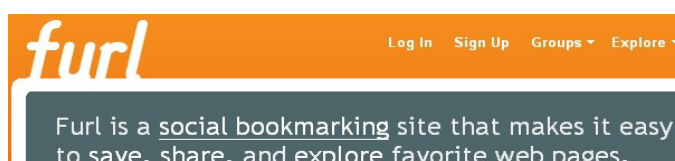
ver simulación

Blinklist

Blinklist (<http://es.blinklist.com/>) tiene una estética cercana a otros servicios web 2.0, como **Furl**(<http://furl.net/>), y muchas herramientas comunes con Del.icio.us, pero también cuenta con algunos elementos propios. Está disponible en numerosos idiomas, entre ellos el español, pero las traducciones son, ciertamente, mejorables y todavía hay muchas lenguas en las que no está disponible.



Blinklist



Furl

Junto con las herramientas para guardar y añadir etiquetas y notas a los enlaces, también permite ver las valoraciones efectuadas por otros usuarios sobre los contenidos guardados, y así valorar si merece la pena interesarse por ellos.

Para saber la opinión de otros usuarios que han añadido una misma dirección, basta con pulsar sobre la imagen que aparece junto al enlace, y se muestran los avatares, la fecha en la que fue añadido y la puntuación que cada uno le ha otorgado.

<p>Year of Creativity 2008 http://www.yoc2008.com/ Generador de tarjetas de visitas ☆☆☆☆☆ (votes:0) Flag as spam Filed under pichorradicas by elisarmas Added 1 hour, 17 minutes ago</p>	
<p>Espoiler :: Weblog de Hernan Casciari http://blogs.elpais.com/espoiler/ ☆☆☆☆☆ (votes:0) Flag as spam Filed under Series by neo Added 4 hours, 12 minutes ago</p>	
<p>BlinkWeb - Free Internet Marketing Website or Blog http://business.blinkweb.com/ Creación de nuestro propio sitio web de forma visual, sin necesidad de conocimientos, en pocos minutos ☆☆☆☆☆ (votes:0) Flag as spam Filed under Internet, herramientas, empresa by multibercia Added 6 hours, 38 minutes ago</p>	


Las direcciones, se pueden añadir de distintas formas:

- Manualmente rellenando la ficha correspondiente e indicando cada uno de los campos.
- Pulsando sobre cualquier enlace almacenado por otro usuario del sistema.
- Importando los favoritos de otros servicios similares como **Furl** y **Del.icio.us**.
- Mediante un enlace especial ('bookmarklet'). Una vez añadido a la barra de favoritos de **Firefox**, permite, al pulsarlo, añadir a **Blinklist** la página que estamos viendo.

El proceso es más sencillo de lo que podría resultar rellenar un formulario normal, ya que aparecerán algunos campos que el sistema detecta de forma automática, como el título y la URL de la página.

La catalogación de las direcciones y la descripción y valoración de cada enlace, las hacen los usuarios que, de forma libre, mediante etiquetas (**tags**) o palabras clave, pueden describir cada enlace. Al agrupar las etiquetas por tamaño, en función del número de enlaces que comparte una etiqueta, se genera una nube. La navegación mediante nubes facilita, de una hojeada, los temas más populares de un usuario o una sección y permite localizar el contenido de forma rápida.

Populat Tags

	Top Contributor	Popular Tags	
	 elvelind	 misterbrandt	2008
	 manhon	 derek.lakin	3d
	 ewm0826	 rodrigobarba	accessories
	 gitt	 daynah	adsense
			ajax
			animation
			atkins

Blinklist permite crear listas de direcciones que pueden emplearse en la elaboración de una página de inicio rápido, personalizable por el usuario con sus direcciones más habituales y un buscador para acceder al resto de los contenidos almacenados.

Marcadores sociales y prescripción

A pesar de las semejanzas en su funcionamiento, conviene no confundir los sistemas de servicios de marcadores en línea y marcadores sociales con las opciones de recomendación social de noticias que proporcionan servicios como:

■ **Digg**

<http://digg.com/>

■ **Reddit**

<http://www.reddit.com/>

■ **Fresqui**

<http://fresqui.com/>

■ **Meneame**

<http://meneame.net>

Estos últimos entran dentro de la categoría de marcadores sociales de noticias y prescriptores sociales de información, pero quedan a una cierta distancia de las opciones y posibilidades del intercambio de información en línea que presentan los marcadores sociales, sus opciones de uso compartido por comunidades y redes de usuarios, y las líneas de interactividad continuada que ofrecen a los prescriptores y usuarios que, más allá de la recomendación puntual de una determinada información, comparten usos, costumbres y actitudes de recorrido habitual de ciertos ámbitos de Internet.

Actividades

Indica si los siguientes enunciados son verdaderos o falsos.

	V	F
Los marcadores sociales son sistemas de recomendación y prescripción de los usuarios sobre las webs y los sitios que localizan.		
Los sistemas de favoritos en línea y marcadores sociales permiten acceder a nuestra lista de favoritos desde cualquier ordenador conectado a Internet.		
Los favoritos en línea y los marcadores sociales son programas que debemos instalar en nuestro ordenador.		
En algunos marcadores sociales de enlaces podemos añadir notas personales sobre nuestras valoraciones de cada web recomendada.		
Los sistemas de marcadores sociales nunca pueden ser integrados en las barras de funciones básicas de nuestro navegador.		
Sólo podemos utilizar un sistema de marcadores sociales.		

Navegación y comunicación II

LOS BLOGS

La navegación y la comunicación digital a través de las redes de Internet ya no pueden ser entendidas y asumidas globalmente sin tener en cuenta el fenómeno sociotecnológico de los blogs. Las posibilidades de expresión personal e individual que proporciona el blog como fórmula de publicación electrónica en red no sólo han incrementado de manera espectacular el volumen de circulación planetaria de contenidos por Internet, sino que también han trastocado el reparto de papeles en el escenario convencional de la comunicación global: hoy cada usuario es un potencial emisor planetario de contenidos, y miembro de una conversación global que pone a su disposición tanto grandes cantidades de informaciones y datos como también la posibilidad de interactuar e intercambiar actitudes y valoraciones con el conjunto universal de usuarios.

En este tema, trataremos los siguientes subtemas:

- ¿Qué es un blog?
- ¿Cómo localizar blogs?
- Publicar un blog personal.
- Los códigos de conducta en los blogs.
- Los videoblogs.
- Los microblogs.

Al final del tema, encontrarás una actividad para desarrollar que te permitirá conocer si has asimilado los conceptos trabajados en él mismo.

¿Qué es un blog?



“Un **blog**, o en español también una **bitácora**, es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. El término *blog* proviene de las palabras *web* y *log* ('log' en inglés = *diario*)”.

Wikipedia

Tras esta definición básica, encontramos que un **blog**, desde un punto de vista técnico, no es más que una **página web** en la que el **sistema de edición y publicación** se ha **simplificado** hasta el punto de que el usuario no necesita conocimientos específicos del medio electrónico ni del formato digital para poder aportar a la red contenidos de forma inmediata, ágil y constante desde cualquier punto de conexión a Internet.

A partir de ahí, las definiciones han proliferado hasta el punto de incluir desde la simple **página web personal con enlaces comentados** hasta los espacios globales de autoedición y publicación inmediata y directa por parte de

su autor, individual o colectivo, pasando por los **diarios personales en línea** –cuando se examinaba la autoría y el estilo de los contenidos–, los **diarios de actualización cronológica** –cuando se hacía hincapié en el ritmo y registro de publicación– o los **nódulos de recorrido hipertextual de la red** –cuando se centraba el interés en la utilización de los enlaces para crear telarañas de información distribuida–, etc.

Ejemplo de blog



ej.

2008-07-17 historias de hace 1 año | 2 | 3

Conferencia Internacional Para El Diálogo De Sordos
2008-07-17

artículos, escritos y demás piezas perfectamente obvias perpetradas por Javier Armentia

Podómetros en línea

Dejó de fumar en:

No hay más ciego que quien no quiere ver, ni más sordo que quien no quiere oír, se decía. La [Conferencia Internacional para el Diálogo](#) que se celebra estos días en Madrid es una buena muestra de ello: partiendo de una premisa falsa no se llegará a nada. ¿Diálogo entre, precisamente, los sistemas de control social más efectivos en evitar el diálogo y promover la violencia? Esa sería la pregunta, que nadie hace. O cómo se puede ver ahí representantes de estados dictatoriales, que atentan abiertamente contra los derechos humanos y hacen apología de ese terrorismo contra seres humanos en todo

Así que, hoy por hoy, más que intentar definir un **blog** por su contenido, su orientación o su funcionalidad, debemos limitarnos a identificar algunos de los elementos más determinantes que lo caracterizan.

■ **Presentación**

Existen dos tipos de presentaciones:

- La estructuración de contenidos en apuntes aportados por el autor o los autores del blog y por sus lectores.
- La ordenación cronológica inversa de publicación, con presentación prioritaria y más visible de los contenidos más recientes.

2008-07-08 | [Haz un comentario \(hay 76\)](#)

La dirección de esta historia es: <http://www.paleofreak.blogalia.com/historias/58444>
Etiquetas: evolucionismo, curso de verano, creacionismo, azar, Raúl Benzosa

Referencias (TrackBacks)

URL de trackback de esta historia <http://paleofreak.blogalia.com/trackbacks/58444>

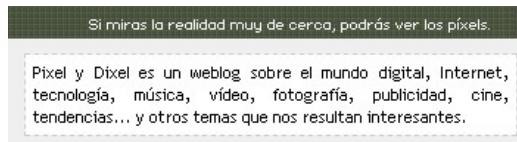
Comentarios

1	De: Vega	Fecha: 2008-07-08 18:36
<p>¿Alguien aca sabe lo que es Dios?</p> <p>... es decir, creo que en ese sentido no son mucho mejores que los creacionistas que niegan la evolución sin saber siquiera como funciona esta... bueno, ellos son mas estupidos, pero eso es otra historia.</p>		
2	De: Hoy_no	Fecha: 2008-07-08 18:50
<p>Te voy a decir una idea sugerente que ronda mi cabeza (es una idea).</p> <p>¿Has leído "La última pregunta" de Asimov?</p>		

■ Contenido

Debes fijarte en:

- La actualización frecuente y regular.
- La definición de un ámbito temático más o menos acotado, que en muchos casos llega a la especialización explícita.
- El estilo de redacción, edición y publicación adaptado a la personalidad del autor o de los autores.



■ Navegación

Debe darse un uso generalizado de hipervínculos:

- Para recorrer el contenido interno del blog.
- Para contextualizar y completar su información.
- Para enlazar con contenidos externos de otros sitios de Internet.

Tras el éxito de "300", Zack Snyder ha rodado "Watchmen", basada en el cómic homónimo escrito por Alan Moore y dibujado por Dave Gibbons.

De momento ya tenemos un primer trailer, aunque habrá que esperar hasta el 6 de Marzo de 2009 para su estreno.

Lo mejor es que lo veas en la web de Apple [en alta resolución](#).

Artículos relacionados :

- Spiderman 3, el trailer
- X-Men 3 trailer disponible
- Trailer de Duke Nukem Forever
- Ya está disponible el trailer de Cars
- Shrek 3 - El trailer -

■ Interacción

Deben incluirse herramientas de relación:

- Entre usuarios del blog (sistema de comentarios).
- Con los usuarios de otros blogs (selección de enlaces o blogroll, enlaces permanentes o *permalinks*, retroenlaces o *trackback*, sindicación de contenidos).

Comentarios :

2 comentarios »

1. El principio de la canción recuerda al éxito de Amy Winehouse

Comentario por *Mixigodo* - 17 de Julio de 2008 @ 12:46 pm

2. [...] Vía | Pixel y Dixel [...]

Pingback por = Campaña Ajax Amsterdam BeGeek: Internet, noticias, tecnología, música, mucho mucho Apple, cultura 'seek', deportes, series, TV... - 17 de Julio de 2008 @ 10:51 pm

Suscripción [RSS](#) a los comentarios de la entrada. [URI](#) para TrackBack.

Deje un comentario

Saltos de línea y párrafo automáticos, la dirección de e-mail no se mostrará, HTML permitido: ` <abbr title=""> <acronym title=""> <blockquote cite=""> <cite> <code> <del datetime=""> <i> <q cite=""> <strike> `

Nombre (requerido)

E-mail (requerido)

URI

Su comentario

■ Gestión

Se caracteriza por:

- La iniciativa de publicación personal de contenidos abierta y accesible a cualquier usuario de la red.
- El acceso desde cualquier punto de conexión a Internet utilizando cualquier tipo de navegador web.
- La facilidad e inmediatez de publicación mediante el uso de herramientas de gestión de contenidos muy sencillas y accesibles en línea.
- Los gastos mínimos de mantenimiento gracias a la proliferación de opciones gratuitas de alojamiento y de herramientas de gestión también gratuitas.



La intencionalidad del autor y su aportación de contenidos son importantes. Pero lo que convierte al **blog** en pieza esencial de la web social, o Web 2.0, es su capacidad de **interactividad, conversación y comunicación** entre usuarios.

Debemos tenerlo en cuenta como lectores y seguidores de blogs. Y también como creadores y agentes de interactividad socioelectrónica mediante nuestro propio blog.

Localizar blogs

La proliferación de blogs en Internet ya no suele presentar problemas para la localización de este tipo de iniciativas. Al contrario, sus más de ochenta millones de promotores de todo tipo pueden causarnos enormes dificultades a la hora de buscar, localizar e identificar blogs relacionados con el tema o planteamiento en el que estamos interesados.

Para localizar blogs de forma razonablemente eficiente nos vendrá bien tener en cuenta:

- Buscadores y directorios de blogs.
- Alojadores de blogs.

Buscadores y directorios de blogs

Son los puntos de la red que se han especializado en la indexación y los mecanismos de búsqueda de los blogs y de los contenidos que se abocan en ellos.

■ Technorati

Es el buscador de blogs más grande, actualizado y acreditado de Internet, un elemento imprescindible para conocer de forma actualizada las dimensiones y los contenidos del universo blog en sus dimensiones planetarias.

<http://www.technorati.com/>

■ BlogPulse

Es otro buscador de blogs con opciones avanzadas para la localización y el seguimiento de tendencias de este medio.

<http://www.blogpulse.com/>

■ The House of Blogs

Tiene motor propio de búsqueda y clasifica blogs por categorías y etiquetas de recomendación de los mismos usuarios.

<http://www.thehouseofblogs.com/>

El Puchero de Rosa blog mejor valorado ayer



Colección de recetas caseras

Votos: 908.

Pagerank: 0.

Nota media actual:

5.6718

Opinar

pucheroderosa.blogspot.com

■ Blogdir

Es un directorio con versión en español y tutoriales sobre el uso de herramientas de creación y mantenimiento de blogs.

<http://www.blogdir.com/>

Alojadores de blogs

Los diversos **servicios de creación y alojamiento de blogs** suelen ofrecer también **directorios de clasificación** de sus blogs que resultan bastante valiosos a la hora de buscar ejemplares de este medio electrónico, localizar información, definir las características del tipo de comunidad que generan y poder decidir inscribir o no un blog propio.

■ Blogger

Es el servicio pionero en la popularización de la creación y el alojamiento gratuitos de blogs. Actualmente, forma parte del conglomerado de herramientas, medios y servicios de Google.

<http://www.blogger.com/>

■ La Coctelera

Es uno de los servicios en castellano de creación y alojamiento de blogs más clásicos y veteranos.

<http://www.lacoctelera.com>

- **Blogalia**
Indexa los blogs en español alojados en su servidor.

<http://www.blogalia.com/>


- **Bitacoras**
Se trata de un directorio en castellano orientado al ámbito hispanoamericano y con servicio de avisos de los últimos blogs que se han actualizado en su servidor.

<http://bitacoras.com/>

- **Weblogs**

<http://www.weblogs.com/>

Blogger



Simulación disponible en la versión web del material

Publicar un blog personal

Una vez hemos analizado qué es y para qué sirve un **blog**, y hemos recorrido parte del inmenso abanico de posibilidades que nos brinda la red, llega el momento decisivo: crear y publicar nuestro propio blog personal.

Las preocupaciones principales de un futuro **blogger** a la hora de elegir la **plataforma** que más le convenga son, por este orden: su sencillez de uso, el idioma, su aspecto y su capacidad.

Lo más sencillo, para empezar sin grandes exigencias ni dificultades tecnológicas, es elegir una página alojada como las de Blogger.

Panel

Administrar tus blogs [Crear un blog](#) | [Ayuda](#)

Capacitación digital [Ver blog](#)

[+ Nueva entrada](#) [Administrar: Entradas, Configuración, Plantilla](#)

afernanper

No hay ninguna fotografía disponible.

- [Editar Perfil](#) (o [Ver](#))
- [Mi cuenta](#)
- Idioma:

 ENVIAR POST

Gestión de blogs

Otras plataformas de publicación de blogs, como **Movable Type** o **Wordpres**, requieren que el usuario disponga de un servidor propio donde instalar el programario correspondiente si quiere explotar las máximas posibilidades de estos programas de publicación personal en red. Para hacerlo, hay que descargar el software y ponerlo en marcha sobre el servidor, un proceso que requiere algunos conocimientos más específicos y un cliente FTP.

Movable Type

<http://www.sixapart.com/eu/movabletype/>

Wordpress

<http://wordpress.org/>

A semejanza del servicio de Blogger, Bitacoras o Blogalia son lo que se conoce como páginas alojadas, lo que significa que ofrecen al usuario su propio servidor de almacenaje, generalmente bajo su propio dominio. En estos casos, la dirección URL del blog es una combinación del nombre elegido por el usuario y el nombre del servicio (en Blogger, por ejemplo, sería 'usuario.blogspot.com'), y toda la información se almacena en el servidor de la empresa que ofrece el servicio.

La mayor ventaja de los servicios que ofrecen alojamiento de páginas es que se puede abrir una cuenta y empezar a escribir en menos de cinco minutos de forma totalmente gratuita. La mayor desventaja es que el usuario suele ver limitados sus sistemas de control de su blog a las opciones sencillas que le presenta su sistema de edición.

Plataformas de publicación

La capacidad de las plataformas depende de muchos factores, pero cada vez está más claro que el factor más importante es la comunidad. Aquellas plataformas que ofrecen a los usuarios la posibilidad de crear sus propias herramientas (como Movable Type, Blogger o Wordpress) tienen una gama de posibilidades más rica e innovadora que las que confían su desarrollo a un sólo equipo de programadores.

Así, la elección de una u otra plataforma vendrá determinada, en primer lugar, por el objetivo fundamental del blog y los usos que cada usuario piensa darle (profesional, personal, de difusión más o menos limitada...).

Según esta primera definición de objetivos y necesidades, un usuario novel medio tiene diversas posibilidades:

■ **Blogger**

Blogger apareció en agosto de 1999. Fue adquirida por Google en febrero de 2003 y, a día de hoy, tiene millones de usuarios en todo el mundo.

Presenta una opción de realización y publicación de blog en el que prima la sencillez: elegir un nombre de usuario y una contraseña, elegir plantilla y empezar a publicar.

Permite diseñar la propia página entre un menú acotado de opciones, tener el propio servidor y usar el propio dominio, pero, si no se posee dominio, servidor o conocimientos de diseño web, ofrece opciones predefinidas entre las que el usuario sólo debe ir eligiendo.

Las funcionalidades básicas de Blogger incluyen un sistema de edición básico con un titular, un cuerpo para el artículo y ayuda para crear hipervínculos y diferentes tipos de letra. El sistema permite buscar imágenes en el disco duro y cargarlas en el servidor para ser publicadas, y ofrece la posibilidad de guardar las entradas como borradores y editarlas, incluso, después de ser publicadas.



Publicar
opiniones



Obtener
comentarios



Enviar
fotografías



Vuélvase
móvil

La plantilla, o *template*, del blog, se puede cambiar en cualquier momento, desde el mismo panel de edición o copiando cualquiera de las miles de posibilidades que los usuarios ofrecen desde páginas, como **blogger templates** (<http://blogger-templates.blogspot.com/>) o **bloskins** (<http://www.blogskins.com/>).

El sistema de comentarios permite regular hasta tres niveles de comentarios, desde miembros de cuentas de Blogger hasta participantes anónimos. También integra un sistema de sindicación por RSS.

■ Movable Type

Las principales ventajas de Movable Type son la flexibilidad, la escalabilidad (la capacidad de un sistema informático de adaptarse a un número de usuarios cada vez mayor sin perder calidad en los servicios) y la capacidad para alojar múltiples **weblogs** bajo el mismo sistema. Sus desventajas: se necesita alojamiento propio, presenta una cierta curva de aprendizaje y algunas de sus versiones más avanzadas son de pago.

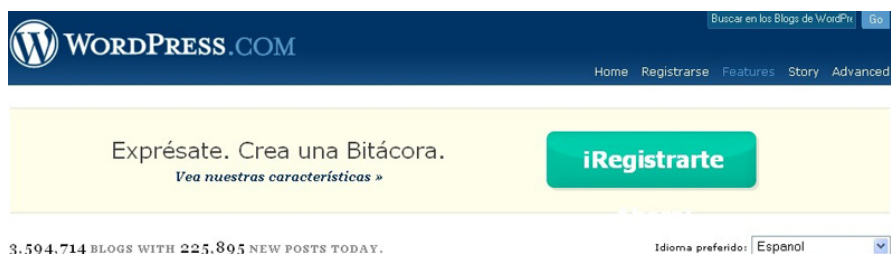


MT ha sido pionero en muchos aspectos, introduciendo la especialización en la blogosfera, sistemas de categorización automáticos y afianzando su papel comunitario con los pings (método de aviso a los directorios de blogs para que éstos notifiquen a los lectores cada vez que se publica una nueva entrada) y los **trackbacks**, que permiten tratar cada entrada como una conversación entre **weblogs**, anidando los **posts** que enlazan al original.

Uno de los elementos distintivos de Movable Type son sus extensiones y **plugins**, que amplían notablemente la capacidad del motor de Movable Type y que pueden ser descargados y utilizados por cualquiera. Los más populares acaban formando parte del sistema en posteriores actualizaciones. Aunque no tienen soporte técnico por parte de la empresa, los programadores suelen incluir manuales de uso y los foros son un lugar idóneo para saber si un software funciona antes de proceder a su instalación. Están clasificados por categorías, popularidad, novedad y actualizaciones, para que siempre tengamos acceso a lo más reciente.

■ Wordpress

La plataforma de publicación de blogs Wordpress presenta una buena selección de plantillas, plugins de alto rendimiento y, además, es software libre. Wordpress está licenciado bajo la GPL. Es libre, gratuito y abierto, y confía plenamente en su creciente comunidad.



Al igual que MT, Wordpress, requiere la instalación del motor sobre un servidor. La instalación es sencilla y está explicada paso a paso en el manual de instalación, pero, aún en el poco probable caso de que el usuario sea incapaz de llevarla a cabo, la organización **install4free** (<http://install4free.wordpress.com/>) se encarga de hacerlo por él de forma gratuita.



Welcome to Install4Free

Due to recent high demand, Install4Free is not currently performing installations. For help on installing WordPress, we recommend some of the [excellent articles on the Codex](#), and the friendly folks at the [WordPress support forums](#) will help you out with any questions you have.

Wordpress es un sistema dinámico, lo que quiere decir que genera las páginas sobre la marcha. Este modo de hacer las cosas resulta muy conveniente a la hora de publicar largos artículos (puesto que se parten, automáticamente, en páginas) o disponer la información a la manera de una revista, con páginas numeradas tanto para la portada como para los archivos de categorías y meses.

■ Otras plataformas de publicación

Además de las ya analizadas, es recomendable también estudiar las opciones de plataformas como:

Plataforma	Descripción
Bitacoras	
Blogia	http://www.blogia.com/
blogalia	http://www.blogalia.com/
Zona Libre	http://www.zonalibre.org/
MiArroba	http://miarroba.com/blogs/index.php 
Typepad	De pago. http://www.typepad.com/sites/ 
TextPattern	http://www.textpattern.com/ Sistema de publicación que ha tenido gran aceptación para el manejo de blogs. Funciona con PHP y Mysql. Su sistema administrativo tiene una mejor interfaz que WordPress.
Text	http://www.gotdotnet.com/Workspaces/Workspace.aspx?id=e99fccb3-1a8c-42b5-90ee-348f6b77c407 Es la opción para los que utilizan ASP.net, y permite el manejo de múltiples blogs.

En cualquier caso, sea cual sea la plataforma que elijamos para crear y alojar nuestro blog, debemos asegurarnos de que nos permitirá incluir recursos para la interacción en red como:

- La sindicación de contenidos, por medio de aplicaciones como RSS, Atom o RDF, y que nos permitirá intercambiar avisos de actualización con otros blogs.
- El envío de *pings*, que, al publicar una nueva entrada en los blogs, permite que notifiquemos a grandes bases de datos la actualización del blog. Sitios web como bitacoras.com muestran en su portada los últimos blogs actualizados gracias a esta funcionalidad.
- Los *trackbacks* y *pingbacks*, que permiten la comunicación entre blogs para enviar una referencia de un blog a otro sobre un tema que tengan en común.
- El uso de los formatos estándar XHTML y CSS para facilitar la indexación automática de los contenidos de los blogs en los buscadores.

Blogmundi

También es recomendable revisar, de forma frecuente, los principales sitios de análisis y valoración de recursos sobre blogs, para recoger las últimas ideas y avances sobre nuestra actividad en la blogosfera.



Blogmundi (www.blogmundi.com) presenta ejemplos prácticos, útiles y espectaculares de los últimos avances del mundo blogger y cómo aprovecharlos fácilmente.



Crear un blog en Blogger

Cree un **blog** en tan sólo **3 pasos**:

- 1 Crear una cuenta
- 2 Asignar un nombre a su blog
- 3 Elige una plantilla



Blogger es, posiblemente, la herramienta más sencilla que existe en Internet para la creación de blogs. Para tener en pocos minutos nuestro propio blog, debemos seguir los siguientes pasos:

- **Crear una cuenta de Google** o utilizar la que ya tengamos creada. Si disponemos de una cuenta de correo en **Gmail**, ya tenemos una cuenta de **Google**.
- Escoger el **nombre** que queramos para nuestro blog y decidir la **dirección web (URL)** que vamos a utilizar, que será del tipo `http://nombredelblogoautor.blogspot.com`, en el caso de que queramos utilizar **Blogspot**, el servicio gratuito de alojamiento que ofrece Blogger. Si la dirección que nos interesa ya está ocupada, Blogger nos lo advierte para que escojamos otra. Si lo preferimos, también podemos tener el blog alojado en otra dirección web, por ejemplo en nuestro propio dominio personal (del tipo `www.minombre.com`). Para ello, utilizaremos la opción de "configuración avanzada".

2 Asigne un nombre a su blog

Título del blog	<input type="text"/>
<small>El título de tu blog aparecerá en tu blog publicado, en tu escritorio y en tu perfil.</small>	
Dirección del blog (URL)	<input type="text" value="http://"/> .blogspot.com
<small>Comprobar la disponibilidad</small> <small>La URL que seleccionas es la que utilizarán los usuarios para acceder a tu blog. Más información</small>	
Opciones avanzadas (siempre puedes configurar más adelante las opciones avanzadas)	
Aloja tu blog.	<input type="checkbox"/> ¿Desea cambiar la ubicación de su blog? Pruebe la Configuración avanzada del blog , que le permitirá ubicar su blog en un lugar distinto de Blogspot.



- Escoger la **plantilla** que más nos guste de entre las que nos ofrece Blogger. Posteriormente, podremos cambiar fácilmente de plantilla si la escogida, inicialmente, no nos convence.

2 Elegir una **plantilla**



- Empezar a escribir las primeras entradas en el blog.

Códigos de conducta

Crear y mantener un blog en la red no es sólo una cuestión tecnológica y de mera aportación de contenidos. También presenta aspectos de actitud, convivencia y civismo que debemos tener en cuenta.

Blogger's Code of Conduct fue el punto de partida de una propuesta de código de conducta para usuarios de los blogs.



Más allá de especulaciones sobre la existencia, o no, de una cultura que pueda denominarse propiamente *bloguera*, los usuarios de los blogs se han enfrentado, a menudo, a la tarea de intentar mantener la conversación permanente virtual dentro del respeto a las formas personales de expresarse y las limitaciones de la mala educación y las actitudes incívicas que se reproducen en la red.

En síntesis, la propuesta de código de conducta formulado por Tim O'Reilly y Jim Wales, creador de la Wikipedia, se resume en los siguientes puntos:

- Asume la responsabilidad no sólo por tus propias palabras, sino también sobre los comentarios que permites en tu blog.
- Etiqueta tu nivel de tolerancia para comentarios abusivos.
- Considera eliminar los comentarios anónimos.
- Continúa la conversación fuera de Internet, habla directamente o encuentra a un intermediario que pueda hacerlo.
- Si conoces a alguien que se está comportando mal, hazlo saber.
- No digas nada *en línea* que no podrías decir en persona.

Algunas de estas recomendaciones coinciden con las formuladas desde el **Manifiesto Blog España**, y con las contenidas en la tradicional **netiqueta** que desde hace años se intenta imponer en el ámbito de los nuevos canales tecnológicos de Internet.

Manifiesto Blog España

<http://eventoblog.com/manifiesto>

Netiqueta

Normas de comportamiento en la red: <http://www.netiqueta.org/>

Wikis



El código de conducta en la red, y especialmente en el uso de los blogs, está siendo objeto permanente de debate en diversos foros y Wikis de Internet.

Los videoblogs

Suponen una evolución natural de los blogs centrados en texto hacia la imagen en movimiento y, aunque son más laboriosos, se extienden en una Internet cada vez más audiovisual.

Los vídeos en formato flash se han convertido en uno de los contenidos más masivos y divulgados en la red. Los emplean desde los medios de comunicación hasta los blogs personales, que poco a poco han asimilado sus espectaculares posibilidades. Gracias a la iniciativa de miles de usuarios anónimos a los que les entusiasma la combinación de hipertexto e imagen en movimiento, se ha consolidado en Internet una nueva modalidad de bitácora multimedia que se conoce como videoblog, o por su abreviatura, vlog.

Vblog



Bienvenido a Freevlog 2.5
Una guía paso a paso para crear un videoblog gratis.



¿Y qué tiene de especial?
--> ¡Es gratis! ¿Qué más quieres?

¡Pero espera!
--> ¿Qué es un "vlog" y para qué quiero yo uno?

Un **vlog** es un videoblog, y a ti te encantaría tener uno porque -reconocielo- difícilmente saldrás alguna vez en la tele. Además, justamente jugar al margen es lo que lo hace tan atractivo. Puedes hacer lo que quieras.



[Ver el video](#)

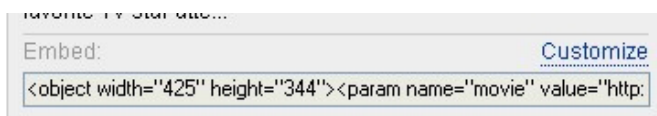
[Bajar el video](#)

En este video además de saludarte te indicamos cómo usar el tutorial. Ten en cuenta que tal vez no dejemos nunca de introducir actualizaciones. Si lo prefieres puedes empezar directamente con el video siguiente. En cualquier caso, si tienes algún problema mándanos un [email](#).

Un **videoblog** es la evolución del blog normal hacia un formato en el que predominan los contenidos audiovisuales. Servicios como YouTube, que proporciona un código para que cada usuario inserte un vídeo dentro de su blog, han popularizado el uso de este contenido, que en la actualidad se puede captar desde millones de dispositivos móviles tales como teléfonos celulares, cámaras de fotos, etc.

De igual forma, la extensión de líneas de banda ancha, tanto de ADSL como de cable de fibra óptica, ha permitido a los blogueros subir los vídeos a mayor velocidad y a los espectadores verlos con comodidad.

Uno de los saberes casi imprescindibles para hacer un buen **videoblog** es conocer el **lenguaje audiovisual**, porque Internet no deja de ser otro medio, con sus propios condicionantes, para difundir un tipo de contenido que ya se trabaja desde hace decenas de años, tanto en la televisión como en el cine.



Cómo hacer un videoblog

Los estilos son muy variados, pero se puede apostar por un formato casero, mediante cualquiera de los teléfonos móviles que disponen de cámara de vídeo, o también con una cámara de fotos o una *webcam*.

Una vez se tiene la cámara, es el momento de captar imágenes. Se puede optar por lo más sencillo y considerar válidas las imágenes obtenidas en cada toma. Sin embargo, si se elige la opción más elaborada, que conlleva una edición, habrá que recurrir a programas que permitan editar imágenes. En la actualidad, esto se puede hacer con cualquier ordenador básico.

Después de tomar las imágenes y editarlas según el guión que se haya previsto, llega el momento de elegir en qué formato se codifica el vídeo. La opción más popular es el Flash Video, que ya admite HD (o alta definición), pero muchos videoblogueros prefieren ofrecer a sus espectadores diversas posibilidades. Así, brindan los contenidos en formatos como AVI, Quicktime, 3GP (para los móviles) o el del iPod (m4a), entre otros.

Una vez llevada a cabo esta labor, el usuario que quiera estrenar su videoblog debe considerar un servicio que le permita insertar los vídeos en su sitio (del estilo de YouTube) y subir todos los archivos.

Hacer un videoblog



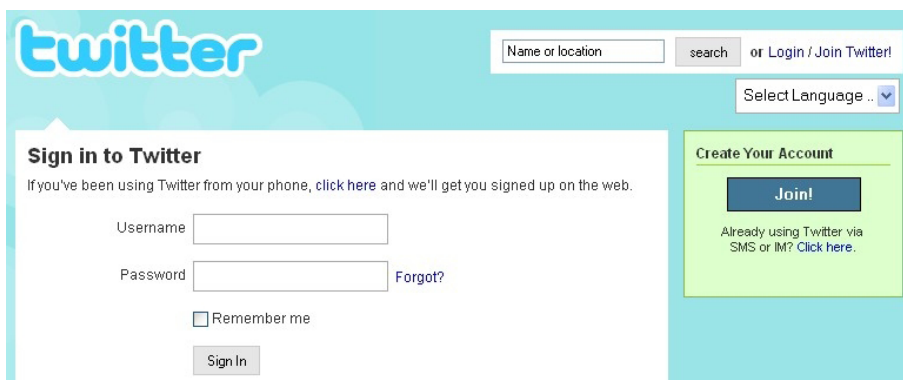
Blip.tv (<http://blip.tv/>) se ha convertido en una de las plataformas preferidas por los videoblogueros debido a que no se queda con ningún derecho de autor del vídeo, a diferencia de las condiciones que suele imponer **YouTube**, hasta ahora líder del mercado de los videoblogs.



Los microblogs

A remolque de la conversación permanente y planetaria que han abierto los blogs, el llamado *microblogging* ha aterrizado en la red, preferentemente por medio de los teléfonos móviles, y ha sacudido Internet con una insólita combinación de mensajería instantánea, blogging y mensajes SMS.

El fenómeno tiene nombre propio: **Twitter** (<http://twitter.com/home>). Y permite dar de alta una página personal desde la que simplemente se van escribiendo frases de menos de 144 caracteres en las que el usuario cuenta lo que está haciendo. Sus seguidores (generalmente amigos, pero también usuarios desconocidos), reciben en forma de mensaje la frase escrita y, a su vez, escriben en sus páginas su vida cotidiana. Así, cada usuario se convierte en un 'microblogger' que publica los detalles de su vida en forma de entradas cortas y con una elevada frecuencia de actualización.



Pantalla inicial de Twitter

Por su sencillez de uso y su capacidad de convocar seguidores a los *twitters* (gorgeos o trinos de pájaro en castellano) que el usuario va publicando, su influencia puede ser muy elevada en la red, donde la información se expande de forma viral.

Más allá de las aplicaciones comerciales que los expertos puedan proponer, lo cierto es que **Twitter** permite al usuario convertirse en alguien totalmente transparente para los demás (el servicio puede configurarse como abiertamente público o sólo para los contactos autorizados), a los que, aparentemente, les interesa hasta el más mínimo detalle de su vida. Es decir, éste puede sentirse como un famoso de revista que debe contar hasta el último detalle de lo que está haciendo en cada momento, porque ello genera un especial morbo, a él mismo y a sus hipotéticos numerosos fans.

Pero la herramienta, más allá de usos estrictamente personales, presenta funcionalidades prácticas con las que deberemos familiarizarnos en un futuro muy inmediato:

- Periódicos digitales que envían sus titulares con esta herramienta.
- Seguimiento de jornadas deportivas.
- Empresas que anuncian lanzamientos o que abren un espacio de comunicación puntual con sus clientes.
- Clubs y colectivos que quieren coordinarse.
- Cobertura de jornadas, congresos y debates paralelos sobre mesas y ponencias. Incidencias de tráfico.
- Anuncios clasificados.

Jaiku

Jaiku (<http://www.jaiku.com/>) suma a la inmediatez de la comunicación un diseño algo más elaborado (el de Twitter es minimalista), y la posibilidad de localización geográfica de los contactos por medio de un mapa, o bien mediante rastreo de cuentas de correo.



Your Conversation.

Welcome to Jaiku!

Create your activity stream
Post Jaikus, add icons, customize your design, share your Web feeds

Follow your friends
Get their updates, see their presence, add comments

Get Jaiku on your phone
Text Jaikus from any phone. Share your availability, location, and calendar from your smartphone

Actividades

Indica si los siguientes enunciados son verdaderos o falsos.

	V	F
Un blog es una web personal en la que un autor cuenta su vida en Internet.		
El objetivo principal de un blog es publicar fotos y vídeos.		
Technorati es un buscador de contenidos alojados en blogs.		
Hacer y publicar un blog en Internet es siempre de pago.		
Blogger y Wordpress son plataformas de publicación de blogs.		
Un blog está caracterizado por el uso sistemático de hipervínculos o enlaces a otros blogs o páginas web.		
<i>Blogroll</i> , <i>trackback</i> y <i>permalink</i> son recursos para dotar a los blogs personales de visibilidad y comunicación automatizada con otros blogs.		
Para buscar información en blogs basta recurrir a los motores generales de búsqueda, porque no existen buscadores especializados de blogs.		
Bitacoras.com es una plataforma de publicación e indexación de blogs en español.		

Navegación y comunicación II

AGREGADORES Y SINDICACIÓN

En la Web 2.0, navegar, comunicarse e interactuar con los otros usuarios ya no es sólo cuestión de recorrer interminablemente páginas en búsqueda de información útil y pertinente. También podemos automatizar procesos de recepción de la información y las actualizaciones que más nos interesan.

Las opciones de sindicación y agregación de contenidos nos ofrecen instrumentos muy valiosos para estar al día –e, incluso, al minuto- de nuestras preferencias, con un ahorro incalculable de tiempo y esfuerzo de búsqueda y localización

En este tema, trataremos los siguientes subtemas:

- La sindicación de contenidos.
- ¿Cómo funciona la sindicación?
- ¿Cómo agregar y syndicar?
- Activar la sindicación de contenidos.
- Los programas lectores.
- El proceso de sindicación.

Al final del tema, encontrarás una actividad para desarrollar que te permitirá conocer si has asimilado los conceptos trabajados en él mismo.

La sindicación de contenidos

La **sindicación** o **agregación** de contenidos representa, en términos generales, la posibilidad de obtener desde un único **programa lector** acceso a las últimas actualizaciones de los diversos y múltiples blogs y webs –o de sus secciones concretas- que, previamente, hemos definido.

La **tecnología de sindicación de contenidos** más utilizada es la conocida con las siglas **RSS** (por *rich site summary* y *really simple syndication*), que aprovecha las posibilidades del código **XML** (**extensible markup language**) para importar y exportar de un sitio –web o blog- a otro titulares, enlaces y fragmentos de los contenidos que cada uno de ellos actualiza. Otros **formatos de sindicación** son **RDF** y **Atom**.

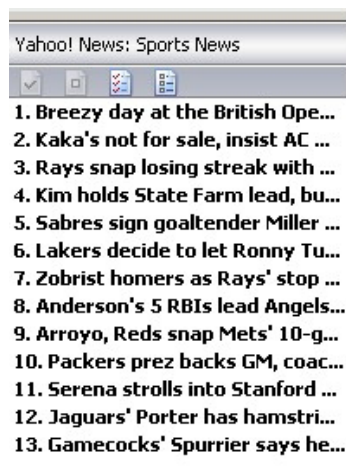


Rich site summary y really simple syndication



La **sindicación de contenidos** implica que una actualización de contenido en un blog o web que tenga integrada esta tecnología se replica de forma instantánea en los lectores de RSS que han seleccionado ese blog o sección, y, como que la réplica del título y las primeras líneas de la actualización contienen un enlace a la información completa, propician que los usuarios potencialmente interesados en el contenido de la información los visiten y lean.

Para el usuario receptor, la **sindicación** facilita conocer desde un solo programa lector las actualizaciones en una pluralidad de blogs y webs, que, de otra manera, tendría que ir visitando uno por uno para verificar si habían añadido actualizaciones de contenidos y en qué consistían.



Así, que ante de la proliferación exponencial de contenidos y fuentes de información, la sindicación se convierte en una herramienta fundamental en un doble sentido:

Feeds

RSS 2.0

RDF

ATOM

XML

- Como receptores de contenido, el uso de un lector de contenidos sindicados (RSS, Atom o RDF) nos permite abarcar desde un único enclave virtual las **actualizaciones de contenido** de aquellos sitios –blogs o webs convencionales– que, previamente, hayamos seleccionado, sin necesidad de recorrerlos uno por uno para verificar si han añadido, o no, nueva información.
- Como emisores de contenido, la sindicación supone la **difusión automática** e inmediata de nuestras actualizaciones.

Es una difusión que, además, es susceptible de atraer visitantes y lectores que ya habían mostrado un interés previo porque habían establecido la conexión de sindicación.

Como autores, incluir la opción de sindicación de nuestros contenidos aumenta el valor de nuestro blog como direccionador cualificado a los contenidos originales que sindicamos, los cuales complementan los que nosotros aportamos y pueden atraer el tráfico y las visitas de los usuarios a los que les hayan aparecido en su lector de sindicación.

Es un sistema tecnológico de comunicación habitualmente utilizado por medios electrónicos de información y comunicación, pero que está al alcance de cualquier autor individual de blogs que utilice programas de gestión que admitan esta opción.

Algunos servicios de referencia, en cuanto a lectores de contenidos sindicados son:

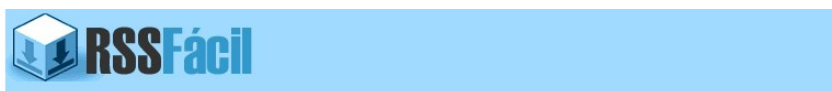
■ Bloglines

<http://www.bloglines.com/>



■ RSSFácil

<http://www.rssfácil.net/>



¿Qué es RSSFácil?

RSSFácil es un programa de escritorio para Windows pensado para que no tengas que complicarte la vida a la hora de introducirte en el mundo del RSS. Hemos utilizado un programa ya existente llamado FeedReader y lo hemos configurado con 100 de los feeds RSS más interesantes de la blogosfera hispana separados por temáticas. Podríamos extendernos y explicarte qué es el RSS, pero de momento sólo queremos que sepas esto:

- Podrás leer todas las actualizaciones que los autores hagan de esos 100 blogs en tiempo real. No tienes más que arrancar el programa y apretar el botón de sincronización.



■ Feedster

<http://www.feedster.com/>

■ Agregador de Google

<http://www.google.com/reader>

¿Cómo funciona la sindicación?

La agregación o sindicación de contenidos utiliza estándares públicos que sirven para redistribuir y redifundir contenidos a webs y blogs, mostrando sumarios o índices que nos dan una información resumida y nos evitan acudir a ellos si no nos interesan.

Los agregadores y sindicadores de contenidos detectan y comunican la actualización y publicación de nuevos contenidos de forma automatizada, y, en general, desempeñan funciones de aviso de actualizaciones y contenidos nuevos de los sitios que hemos predefinido.

La sindicación facilita, por tanto, el acceso sencillo y automatizado a enormes volúmenes de información personalizada previamente, en tanto que permite que no sea el usuario el que deba ir en la búsqueda diaria y permanente de la información, sino que sea la información, previamente seleccionada y predefinida, la que acuda y avise a cada usuario que se ha mostrado interesado en ella.

Agregar y syndicar

Agregar y syndicar contenidos son términos que suelen utilizarse como sinónimos, con acepciones concretas que, de forma corriente, hacen referencia a los usuarios o a los programas que éstos utilizan.

Los programas agregadores, siguiendo la terminología empleada por la Wikipedia, definen su función en tanto que permiten suscribirse a canales de noticias en formatos RSS, Atom y otros derivados del lenguaje XML.

El agregador reúne las noticias o historias publicadas en los sitios web sindicados elegidos previamente por cada usuario, y muestra las novedades o modificaciones que se han producido en esos canales. El agregador, en resumen, es el programa que nos avisa de qué webs han incorporado contenido nuevo desde nuestra última lectura y cuál es ese contenido.

Un **agregador** es, básicamente, un programa muy similar en sus prestaciones a los antiguos lectores de noticias, y que nos permite reunir y administrar, desde un solo punto lector, las actualizaciones y los cambios de contenidos que se han llevado a cabo en sitios que, previamente, hemos predefinido.

Agregador

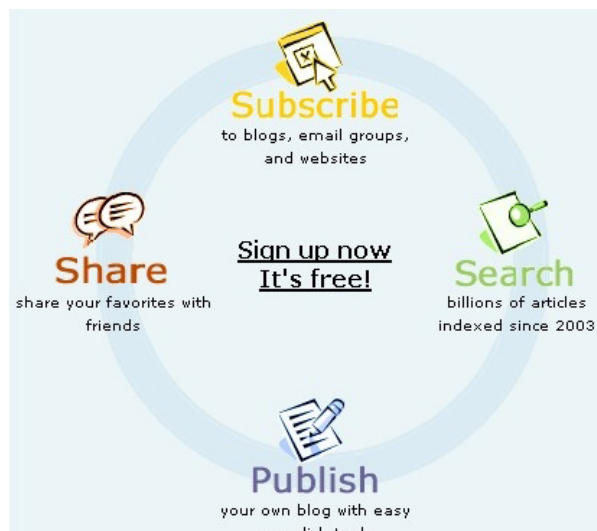


The screenshot shows a web page with a yellow header containing the word 'Agregador'. Below the header, there is a Wikipedia logo on the left and a text block on the right. The text block defines an aggregator as software for subscribing to news channels in formats like RSS, Atom, and XML/RDF. It also mentions that aggregators are similar to newsreaders and lists examples like My Yahoo!, Google Reader, and Netvibes.

Los agregadores más populares y de uso más sencillo son los que ya vienen integrados en los navegadores y escritorios virtuales:

AGREGADOR	INFORMACIÓN
Google Reader	http://www.google.com/reader
iGoogle	http://www.google.com/ig
Live.com	http://live.com/
Netvibes	http://www.netvibes.com/

Aunque conviene tener en cuenta, también, los agregadores que funcionan como programas clientes que se instalan en los ordenadores, como Bloglines (<http://www.bloglines.com/>) , y que están diseñados para reunir suscripciones de sindicación y manejarlas de forma amigable y sencilla.



Tenemos diversas opciones para sacar el máximo partido de la sindicación de contenidos.

Programas lectores

Si, mediante un navegador, ha de ser el usuario el que, expresamente, se conecte con un sitio web para localizar las nuevas noticias (si las hay, y en muchas ocasiones se encontrará con que no hay nuevos contenidos), con los lectores de noticias RSS, el esquema de funcionamiento se invierte.

Es lo que hacen programas como **RssReader** para Windows, **NetNewsWire** para MacOs o **Straw** para Linux.

Estos programas se conectan, automáticamente, al web predefinido, localizan las nuevas actualizaciones y, si las detectan, advierten al usuario de su existencia, mostrando una lista de enlaces con los titulares y con pequeñas descripciones de las noticias. Si alguna de ellas le interesa, el usuario puede, simplemente, hacer clic en el enlace para que se le abra en su navegador como si hubiera entrado de forma convencional; ahorrando, eso sí, el tiempo y el esfuerzo de recorrer páginas a la búsqueda de actualizaciones y novedades.

Además de usar lectores específicos para leer los titulares de RSS, también es posible integrar estos titulares en páginas web que no tengan relación con los autores originales de las noticias. Así, por ejemplo, si disponemos de una página personal, con información sobre un determinado tema o afición, podemos tomar los ficheros RSS de otro sitio web de nuestro interés e integrarlos en nuestra web personal. De esta forma, dispondremos de los últimos titulares del web generador de contenidos, totalmente integrados dentro de nuestro web o blog personal y actualizados automáticamente.

Para poder usar la sindicación de contenidos, el primer paso es localizar un programa lector que se adapte a las necesidades de cada usuario.

Tenemos opciones para todos los gustos y plataformas:

PLATAFORMA	PROGRAMA	EXPLICACIÓN
WINDOWS	RssReader	http://www.rssreader.com/
	Amphetadesk	http://www.disobey.com/amphetadesk
	FeedDemon	http://www.bradsoft.com/feeddemon
MacOS	NetNewsWire	http://ranchero.com/netnewswire
	NewsMac	http://www.thinkmac.co.uk/newsmac
LINUX	Straw	http://www.nongnu.org/straw
	Evolution	http://www.ximian.com/products/evolution
	Syndicator	http://syndicator.sourceforge.net/

Sindicación Bloglines



ver simulación

Simulación disponible en la versión web del material

Programas de sindicación

Una vez instalado el programa lector, debemos localizar el fichero RSS del sitio web en cuestión. Normalmente, suele estar identificado mediante un pequeño icono, de color naranja, con el texto RSS o XML.

Haciendo clic en ese **icono**, se obtiene la dirección del fichero RSS, que es el que habrá que introducir dentro del programa lector.



Icono RSS

Según la mayoría de fuentes que analizan la red, **ya existen más de 700.000 webs adaptados a RSS**, por lo que sitios como **syndic8.com** o **feedster.com** son de gran ayuda. Disponen de una extensa lista de ficheros RSS de múltiples sitios web, y además permiten efectuar búsquedas entre ellos.

Syndic8

<http://www.syndic8.com/>

Feedster

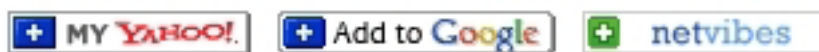
<http://www.feedster.com>

Esta comprobación automática puede configurarse de dos formas:

- Dejando que el fichero RSS indique al lector de noticias cuál es el intervalo de actualización. El problema de esta configuración está en que ciertos RSS no incluyen información acerca de cada cuánto tiempo han de actualizarse.
- Configurando el lector de noticias para que el intervalo de actualización sea uno determinado y definido por el propio usuario. Es la configuración recomendada, ya que, así, se consigue que todas las fuentes de noticias (ficheros RSS) gestionadas por el programa se actualicen, y que, además, lo hagan en los intervalos que se les indique.

Si tienes una cuenta en My Yahoo, Google o Netvibes es posible que ya estés utilizando un agregador de noticias sin haberlo notado.


Si estás registrado en alguno de estos servicios, puedes suscribirte a una fuente de noticias o *feed* usando botones como estos:



Lectores de noticias integrados en el navegador

También es posible añadir un pequeño lector de contenidos indicados en una barra lateral del navegador. Esta barra lateral se oculta y se muestra a petición del usuario, no molestando ni interfiriendo en la navegación.

Lector de contenidos



Para Internet Explorer está disponible **Pluck** (<http://www.pluck.com/rssreader.aspx>), mientras que el de Mozilla Firefox se puede encontrar en **RSS Reader Panel** (<http://fls.moo.jp/moz/rssreader.html>) o en la extensión **Sage** (<http://sage.mozdev.org/install/>).

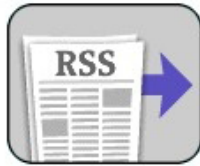
Integrar RSS en una página web

Si se dispone de una página web, también es posible introducir en ella los titulares de otros sitios web, de forma que aparezcan como una lista de enlaces actualizada automáticamente, apuntando a las páginas originales del web propietario del fichero RSS.

Esta integración puede se puede hacer de dos formas:

- **Usando la imagen gráfica, los colores y el estilo del web original:** Es la más sencilla de implementar, ya que, normalmente, sólo implica copiar y pegar un trozo de texto (código Javascript) en la página web. En ocasiones, el propio sitio web ya ofrece una versión de su RSS especialmente preparada con unos colores y estilos determinados.
- **Personalizando los colores y el estilo del fichero RSS:** Esta opción es más complicada de implementar, ya que exige conocimientos de programación de alguno de los lenguajes que permiten trabajar con RSS,

como PHP, Perl o Java (<http://today.java.net/pub/a/today/2003/08/08/rss.html>). A cambio, permite un control total sobre la presentación de los titulares, además de filtrarlos, reordenarlos, etc. para que se adapten a la página donde se van a incluir.



Using RSS in JSP pages

by Sam Newman
08/08/2003

Actividades

Indica si los siguientes enunciados son verdaderos o falsos.

	V	F
Un agregador de contenidos es un programa que va añadiendo contenidos a nuestro ordenador.		
Un programa lector de sindicación de contenidos tiene como función principal conectarse, automáticamente, al web predefinido, localizar las nuevas actualizaciones y, si las detecta, advertir al usuario de su existencia, mostrando una lista de enlaces con los titulares y con pequeñas descripciones de las noticias.		
La sindicación de contenidos añade webs a nuestro navegador.		
Para activar agregadores y sindicadores, no es necesario añadir programas específicos al sistema operativo del ordenador.		
Podemos integrar en el correo electrónico programas lectores de contenidos sindicados.		
Podemos activar lectores de contenidos sindicados desde nuestro navegador habitual.		

Navegación y comunicación II

BUSCAR INFORMACIÓN EN LA WEB SOCIAL

El crecimiento exponencial de la interacción y el intercambio de contenidos entre usuarios de Internet no invalida los métodos y las fórmulas más convencionales de búsqueda de información en la red, y el uso de los instrumentos específicos para su localización. Pero los canales de la Web 2.0 añaden nuevas posibilidades de búsqueda social que nos conviene tener en cuenta en aquellos casos en que necesitemos datos muy específicos o informaciones valoradas, previamente, por otros usuarios.

En este tema trataremos los siguientes subtemas, desde un enfoque diferente al tratado en el primer tema:

- Los marcadores sociales.
- Los blogs.
- La prescripción social.
- La localización de imágenes.

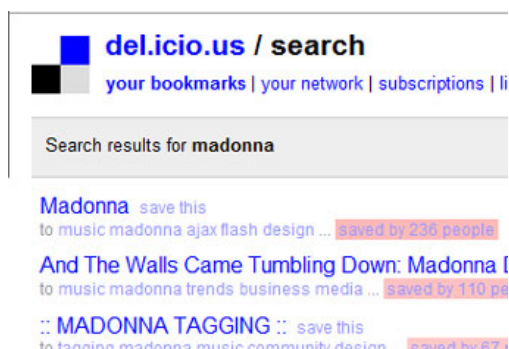
Al final del tema, encontrarás una actividad para desarrollar que te permitirá conocer si has asimilado los conceptos trabajados en él mismo.

Los marcadores sociales

Los sistemas de **marcadores sociales**, que ya explicábamos en el **tema 1 de este mismo módulo**, no son sólo espacios para compartir con otros usuarios preferencias y valoraciones sobre los contenidos de determinados sitios web. También constituyen grandes depósitos de información que los diversos usuarios van llenando con sus recomendaciones y etiquetado de contenidos.

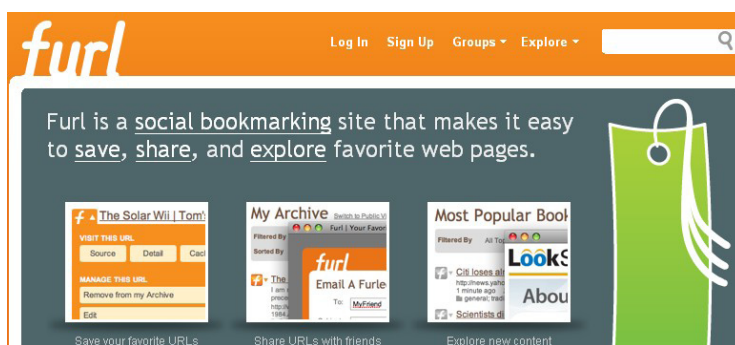
Y puede resultarnos muy útil localizar imágenes, vídeos o sitios web que otros usuarios han valorado, previamente, y han destacado como favoritos.

Una opción, por ejemplo, para localizar sitios donde encontrar información interesante es utilizar el buscador del servicio de marcadores sociales **Del.icio.us** (<http://del.icio.us/>), donde miles de usuarios almacenan la información relevante que, según su criterio, localizan en sus recorridos por la red.



Del.icio.us también funciona con las etiquetas que los usuarios asignan a todo aquello que reseñan como relevante, con lo que permite una búsqueda amplia según diversos parámetros. Además de cada sitio recomendado que se muestra en los resultados de búsqueda, también se detallan el número de usuarios que lo consideran como tal, lo que presenta un índice social sobre la relevancia de la información presentada. Un sitio recomendado por muchos usuarios presenta más opciones de popularidad y, por tanto, de relevancia, que otra fuente con escasas recomendaciones.

Otro servicio similar a Del.icio.us es **Furl**, que permite a los usuarios almacenar en los servidores hasta 5 gigabytes de información relevante que encuentren en la red. **Furl** (<http://www.furl.net/>) también tiene un sistema de clasificación por etiquetas que permite compartir los sitios favoritos con los demás usuarios.



Y, en general, debemos tener en cuenta, como posibles canales para la localización de información en la web social, los mismos sistemas de marcadores sociales que utilizamos para compartir sitios favoritos con nuestros círculos de usuarios conocidos:

- **Mister Wong.** Con versión en español y acceso por etiquetas o por orden de aparición en el sitio.
- **Blinklist.** Con valoraciones hechas por otros usuarios sobre los contenidos guardados.
- **StumbleUpon.** Con sitios previamente filtrados por los otros usuarios mediante un proceso de valoración comunitaria.

Los blogs

El **blog** es un formato de comunicación que se caracteriza por su independencia respecto a los medios tradicionales y por la expresión de opiniones propias del autor o de los autores.

Su espectro, por tanto, es muy amplio: desde los que sólo se actualizaron el día en que fueron creados hasta los que, día a día, siguen la actualidad informativa con interés y la reflejan en sus entradas y sus enlaces; o desde los que rastrean, minuciosamente, la red en busca de informaciones relevantes a los que presentan enlaces.



[Mini-biografía de M.C. Escher | Microsiervos \(Arte y Diseño\)](#)
Maurits Cornelis Escher (1898-1972). más conocido por sus iniciales: uno de los más grandes artistas gráficos del siglo XX.
www.microsiervos.com/archivo/disenio/biografia-mc-escher.html - [Página](#)

[Mis obras favoritas de M.C. Escher | Microsiervos \(Arte y Diseño\)](#)
Originalmente quería hacer un Top 10 de obras de MC Escher e irlo

Algunos ejemplos de Blogs

Así, a la hora de utilizar los blogs para localizar información deberemos...

- Definir, muy concretamente, qué es lo que estamos intentando localizar.
- Valorar el grado de credibilidad de cada blog como fuente informativa.

Existen blogs especialistas en muy diversas áreas, y es recomendable conocer cuáles son los principales en cada ámbito cuando se decide usar este método. Esto hace que buscar por blogs sea un recurso más propio de usuarios habituales de la red que de los eventuales.

Buscadores de blogs

Para conocer qué blogs pueden ser interesantes a la hora de localizar determinada información, existen los buscadores de blogs, que, a su vez, también son excelentes herramientas para encontrar información previamente filtrada.

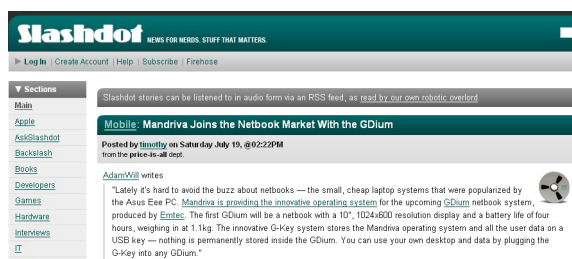
El primer buscador de blogs que apareció fue Technorati, aunque pronto Google desarrolló **Google Blog Search** (<http://blogsearch.google.es/>), que aprovecha las capacidades del buscador para indizar blogs.



Ambos son muy recomendables para buscar información filtrada, pero **Technorati** presenta la ventaja adicional de permitir buscar la información por las etiquetas (**tags**) que le ponen los usuarios. Eso amplía mucho los rangos de búsqueda y permite, a veces, encontrar la información de un modo más directo, pues los usuarios suelen asignar más de una etiqueta a sus entradas.

Prescripción social

Toda búsqueda y localización de información en los medios y canales de la web social se basa, en uno u otro grado, en el filtrado, la valoración, la recomendación y la prescripción que han hecho otros usuarios. Sucede en los marcadores sociales, en los blogs, etc. Pero, cuando buscamos datos e informaciones muy concretas y especializadas, puede sernos de gran ayuda una prescripción más específica. Es la que nos proporcionan los denominados *slashcode sites*.



No es lo mismo buscar en Internet un concepto del que no se tiene la menor idea de su significado que estar previamente orientado sobre qué materias abarca, o con qué temas está relacionado. En este último caso, lo más eficiente puede ser acudir a los buscadores internos de sitios web que se dedican a filtrar la información.

Existen en Internet, y en prácticamente todos los idiomas mayoritarios, numerosas páginas que están basadas en la Web 2.0 y su filosofía social de dejar que sean los usuarios quienes decidan qué temas son interesantes para la comunidad y cuáles no. Esta filosofía se apoya no sólo en la experiencia, sino también en los datos estadísticos, que avalan que cuanto mayor sea el número de personas que intervengan en una decisión más acertada será ésta para el conjunto.

En español hay servicios como **Barrapunto** (<http://www.barrapunto.com/>) o **Menéame** (<http://meneame.net/>), basados en la filosofía social, que se dedican a comentar las noticias y los temas que los usuarios encuentran en la red y proponen para ser tenidos en cuenta. En este tipo de servicios, los temas aparecerán en una parrilla de filas horizontales sobre la pantalla, y llegarán, o no, a los primeros puestos de la portada principal en función de la relevancia que les otorguen los usuarios.



Se los conoce como *slashcode sites* por su particular estructura, que procede del pionero de estos servicios, **Slashdot.com**, el equivalente inglés de **Barrapunto**. También Menéame tiene su homónimo anglosajón: **Digg.com**. La diferencia entre **Barrapunto** y **Menéame** (la misma que entre **Slashdot.com** y **Digg**) estriba en que, en el primero, existe la figura del editor, que pre-selecciona los temas que se han de tratar, mientras que, en el segundo, no hay editor, y es la comunidad la que decide el valor de cada noticia.

De todos modos, en ambos sitios tiene un gran peso el valor que la comunidad otorga a los temas y las noticias que los usuarios proponen para comentar. De este modo, se lleva a cabo una labor de prefiltrado muy interesante para el usuario que ya tiene claro qué tipo de información busca y necesita.

Metafilter

Una opción complementaria de las ya mencionadas es **Metafilter**, donde sólo suelen escribir usuarios cualificados y obsesionados tanto en la calidad de los comentarios como en la profundidad de los temas propuestos, con lo cual las búsquedas muy especializadas en este sitio tienen altas garantías de obtener información de calidad.

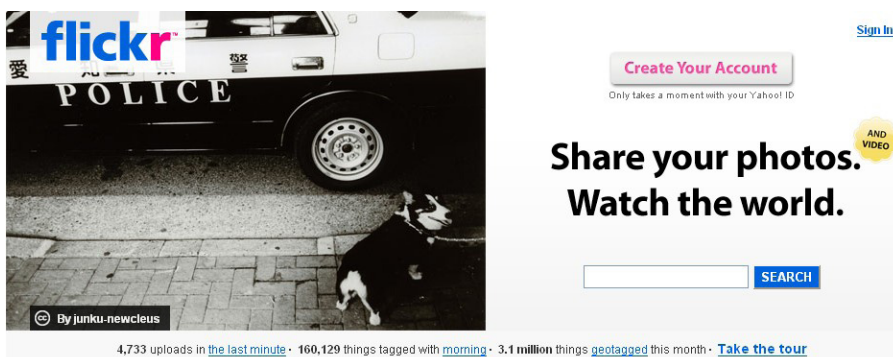
<http://www.metafilter.com/>



The image shows a screenshot of the Metafilter website. It features a blue header with navigation links like 'Home', 'FAQ', 'About', 'Archives', 'Tags', 'Popular', and 'Random'. Below the header, there are two main posts. The first post is dated 'July 20' and is titled 'Flash Sunday: Customize your disease and wipe out the population, Pandemic II. Get to Madagascar before they close their shipyard!'. The second post is dated 'July 19' and is titled 'China is making a concerted effort to colonize Africa with dire consequences for Africans. In protest to China's involvement in Darfur's genocide, Steven Spielberg has resigned as Artistic Director of the Beijing Olympics.' There is also a sidebar on the right with a 'start' button and a 'Quit your day job!' advertisement.

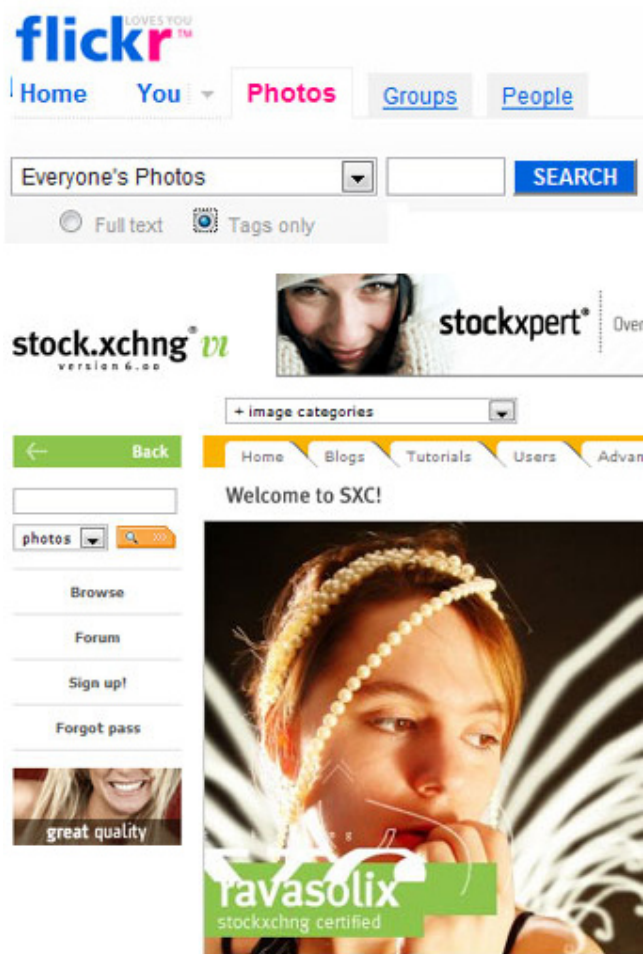
Localización de imágenes

Trasladando las consideraciones generales sobre localización de información en la red social a la búsqueda de imágenes, el servicio de fotografías de **Flickr** (<http://www.flickr.com/>) proporciona el máximo exponente de búsqueda en la red social.



The image shows a screenshot of the Flickr website. On the left, there is a photograph of a white police car with 'POLICE' written on the side, and a black and white dog sitting in front of it. The photo is credited to 'junku-newcleus'. On the right, there is a 'Create Your Account' button with the text 'Only takes a moment with your Yahoo! ID'. Below that, there is a search bar with a 'SEARCH' button. At the bottom, there is a statistics bar: '4,733 uploads in the last minute · 160,129 things tagged with morning · 3.1 million things geotagged this month · Take the tour'.

El servicio **Flickr** contiene millones de fotografías que aportan y guardan los usuarios. Y aunque, por defecto, el servicio otorga a cada imagen guardada una licencia *copyright*, permite también poner licencias Creative Commons, o CC, que permiten el uso comercial y no comercial de las obras dejadas en la red. El mismo **buscador de imágenes** (<http://www.flickr.com/search/?q=&w=all>) de Flickr, además de permitir localizar a partir de las etiquetas (tags) que los usuarios han puesto a cada imagen, también permite buscar sólo imágenes con la licencia CC.



Actividades

Indica si los siguientes enunciados son verdaderos o falsos.

	V	F
Technorati y Google Blogs Search indexan y organizan nueva información introducida en los blogs.		
La búsqueda social es la que efectúan buscadores con muchos usuarios.		
Los blogs sólo sirven para explicar cosas de nuestra vida personal, no para localizar información.		
La prescripción social son las recomendaciones hechas por expertos.		
Podemos aprovechar la búsqueda social para localizar imágenes.		

Navegación y comunicación II

REDES Y GRUPOS SOCIALES

La navegación y la comunicación digital en la Web 2.0 nos abre un abanico amplísimo de participación e interacción en redes y grupos sociales de las orientaciones más diversas. Todas las opciones de socialización en red pueden brindarnos ventajas y alicientes. Pero no todas funcionan de la misma manera, no todas tienen los mismos objetivos y la mayoría de ellas nos presentan beneficios e inconvenientes, según cuáles sean nuestras necesidades de comunicación e interacción en cada momento determinado.

En este tema, trataremos los siguientes subtemas:

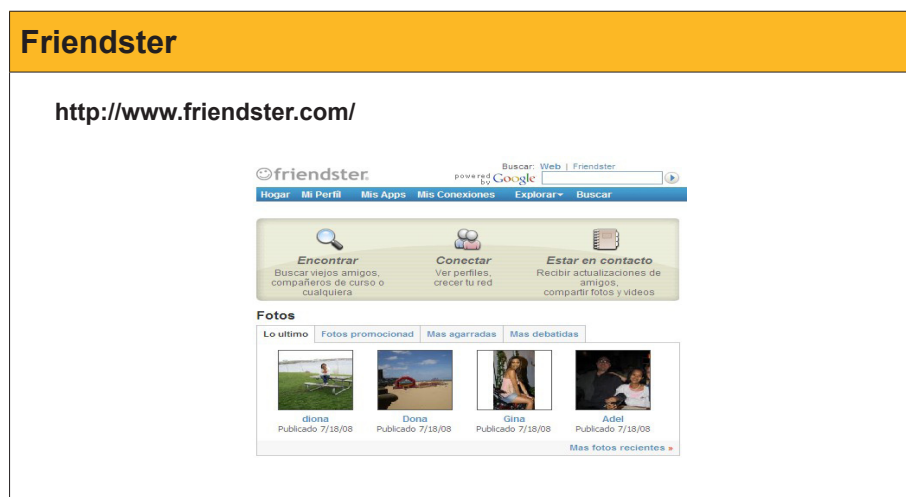
- Los grupos de amigos en red.
- Las redes especializadas.
- Las redes sociales profesionales.
- Los grupos sociales a medida.
- El comportamiento en las redes sociales.

Al final del tema, encontrarás una actividad para desarrollar que te permitirá conocer si has asimilado los conceptos trabajados en él mismo.

Grupos de amigos en red

Se trata de las **redes sociales** generalistas que nos permiten integrarnos en **grupos sociales virtuales**. Nos brindan la posibilidad de **interactuar con otros usuarios** aunque no los conozcamos, el sistema es abierto y se va construyendo con lo que cada suscriptor aporta a la red.

Su historia es breve, pero intensa. Entre los años 2001 y 2002 surgen los primeros sitios que fomentan redes de amigos, y en 2003 se hacen populares con la aparición de redes como **Friendster**, **Tribe** y **Myspace**.



Tribe

<http://www.tribe.net/welcome>



Find your community on tribe.

Myspace

<http://www.myspace.com/>

Su éxito inicial impulsa a Google a lanzar, en 2004, **Orkut**, y poco después Yahoo! Propone su **Yahoo 360°**.

Orkut

<http://orkut.com/>

Yahoo 360°

<http://360.yahoo.com/>

Básicamente, el funcionamiento de los grupos en red comienza cuando, una vez montado y establecido el soporte técnico, un grupo de iniciadores invitan a amigos y conocidos a formar parte de la red social. Cada miembro nuevo puede traer consigo muchos nuevos miembros, y el crecimiento de esa red social puede ser exponencial. Un planteamiento que se transforma, inmediatamente, en un interesante negocio, y que genera fenómenos sociotecnológicos como **Facebook**, una red social enfocada a estudiantes, muy similar a Myspace, con millones de usuarios registrados y donde ha habido una importante inversión publicitaria por parte de Microsoft.

Las herramientas que proporcionan, en general, las redes sociales en Internet son:

Facebook

<http://es.facebook.com/>

- Actualización automática de la libreta de direcciones.
- **Fichas personales.** Cada usuario indica sus gustos e intereses personales, y el resto de navegantes pueden establecer contacto con él si algún dato de los aportados les interesa. Frecuentemente, se navega entre estas fichas.
- Capacidad de **crear nuevos enlaces** mediante servicios de presentación y otras maneras de conexión social en línea.
- **Administrador de contactos.** Lista de personas que consideras amigas, posibilidad de aumentar o reducir esta lista, diversas formas de contactar con ellas...
- Representación gráfica de tu red de contactos.
- **Comunidades.** Son espacios de discusión a modo de foro sobre temas de interés común entre usuarios.
- **Bitácoras y scrapbooks.** Son espacios de publicación personal.
- **Folksonomías.** Por ejemplo, en Flickr, puedes navegar entre todas las fotografías que se han etiquetado con la palabra "Barcelona" o "Granada", y así encontrar a personas cercanas a ti. Las *folksonomías* son, simplemente, calificativos. Puedes calificar cualquier cosa: objetivos personales, intereses y hobbies, temas de los que tratan los artículos de tu blog...

- **Suscripción.** Si el servicio ofrece esta opción, puedes suscribirte a los contenidos de las comunidades, de los blogs y de los *scrapbooks*, y recibir en tu lector de contenidos sus últimas actualizaciones, o publicar los titulares de los mensajes en una web o en un weblog.

Sobre esta base de opciones sociotecnológicas, se desarrollan las grandes redes sociales o grupos de amigos en red:

- **MySpace**
Se trata de una red donde se alojan muchos jóvenes del ámbito universitario y artistas que quieren compartir sus creaciones. Es también una red abierta y muy popular, porque de ella han salido algunas de las estrellas actuales de la música. Contiene estrictas cláusulas de propiedad de los contenidos.
- **Facebook**
Una red muy popular entre los jóvenes, caracterizada por las herramientas que se usan en ella, ya que están creadas por sus mismos usuarios y son muy fáciles de incorporar a la página personal propia. Se trata de una página cerrada a la que se accede por invitación expresa de cada contacto.
- **Live Spaces**
Es la red de amigos impulsada por Microsoft y diseñada para los más jóvenes. Para hacerse usuario basta con inscribirse con un nombre, una cuenta de correo y una contraseña. Se trata de una red abierta donde se pueden ver las páginas de todos sus usuarios, salvo que éstos indiquen, de forma expresa, lo contrario. Cuenta con unas estrictas cláusulas de control de contenidos.

<http://www.spaces.live.com/>



- **Tuenti**
Es muy similar a Facebook, pero en español. Su estricto control de la privacidad y la limitación de las relaciones entre usuarios por rango de edades dificultan que el adolescente pueda ponerse en contacto con personas no deseadas.

<http://www.tuenti.com/>



Redes especializadas

Junto a los grupos sociales genéricos y abiertos a todo aquel usuario que quiera inscribirse en ellos, el tejido de redes sociales ha generado también iniciativas con orientaciones más definidas y selectivas.

■ Networking Activo

Agrupa a una serie de empresarios y emprendedores, complementándose con una revista impresa y distintos eventos presenciales.

<http://www.networkingactivo.com/>

■ Neurona

Proclama que su objetivo es ampliar y mejorar la red profesional de contactos, un espacio virtual en el que interactúan, diariamente, más de medio millón de profesionales presentes en más de 50 sectores productivos y en más de 100 comunidades profesionales. Recientemente, ha sido adquirida por Xing

<http://www.xing.com/>



■ eConozco

Se presenta como una herramienta que te permite contactar con miles de profesionales a partir de tus conocidos de confianza, y donde puedes acceder a nuevas oportunidades para desarrollar tu carrera profesional.

<http://www.xing.com/>

■ Cielo

Combina contactos en línea con una comunidad cara a cara donde estos medios se complementan el uno con el otro.

<http://cielo.com/>



■ Dejaboo.net

Es una red social orientada a la cultura, en la que los usuarios pueden compartir sus reseñas y gustos literarios, musicales o cinematográficos. Anuncian que sigue en fase de pruebas.

<http://dejaboo.net/>



■ Festuc.com

Es una red social basada en móviles. Festuc te promete que conocerás gente nueva a partir de amigos, o por cercanía geográfica mediante servicio en el teléfono móvil.

<http://www.festuc.com/es/>



■ Spaniards

Se presenta como la Comunidad de Españoles en el Mundo. Indican que la misión de esta red es ayudar y poner en contacto a todos los españoles que viven en el extranjero, bien sea por motivo de estudios, trabajo o placer, además de a todos aquellos que buscan salir de España, temporal o permanentemente.

<http://www.spaniards.es/>



■ Gazzag

Mezcla entre red social profesional y red social de contactos personales. La apariencia y la usabilidad son bastante buenas y permiten la creación de galerías de fotos y blogs, a diferencia de otras redes sociales en español que no lo permiten. Ahora es Octopop.

<http://gazzag.com/>

Redes

Hay una lista muy completa y regularmente actualizada de las diferentes **redes sociales en Wikipedia**.

http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_social_networking_websites



WIKIPEDIA
The Free Encyclopedia

navigation

- Main page
- Contents
- Featured content
- Current events
- Random article

search

teraction

List of social networking websites

From Wikipedia, the free encyclopedia

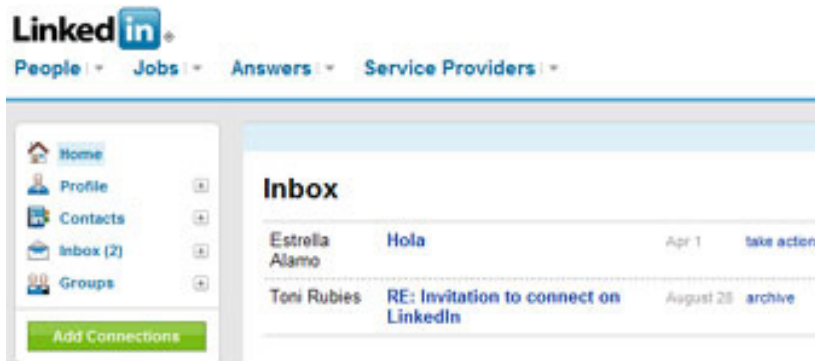
This is a **list** of major **social networking websites**.

Please note the list is non-exhaustive, but is limited to **notable, well known sites**.

Name ^[x]	Description Focus ^[x]	Registered users ^[x]
Adult FriendFinder	Adults -- for finding friends or sex partners.	22,300,000 ^[R]
Advogato	Free and open source software developers	13,575 ^[R]
Allobii	Books	
aSmallWorld	European jet set and social elite	270,000 ^[R]
ASUsTalkin	General. School. College.	

Redes sociales profesionales

En paralelo a las redes y a los grupos sociales generalistas de relación entre usuarios, los mismos mecanismos sociotecnológicos de la Web 2.0 han generado redes sociales de alta especialización profesional, como Xing, **LinkedIn** (<http://www.linkedin.com/>) o **Viadeo** (<http://www.viadeo.com/>), tres de las redes sociales profesionales más reconocidas.



Página principal de LinkedIn



Página principal de Viadeo

En su mayoría, suponen una excepción dentro de la gratuidad habitual de las redes sociales, porque cobran una cuota mensual por el uso de sus servicios, aunque la mayoría suelen ofrecer una versión básica sin ningún tipo de coste, con prestaciones suficientes para un gran número de usuarios.

Especialización



Dentro de esta categoría profesional, han surgido sitios todavía más especializados, que se centran en una profesión en concreto, como **Lawrys** (<https://www.lawrys.net/>), que es un punto de encuentro para abogados y estudiantes de Derecho, o **Cinemavip** (<http://www.cinemavip.com/>), un lugar de reunión para profesionales del mundo del cine y de la televisión.

En paralelo, también los clientes se organizan en la red para valorar la reputación de los diferentes negocios. En España, cada vez es más popular la red **11870.com** (<http://11870.com/>), donde los internautas opinan y muestran su experiencia con todo tipo de servicios y empresas.

11870.COM

ten a mano los sitios y servicios que te gustan

comparte con tus amigos opiniones, fotos y videos de todo tipo de servicios

[echar un vistazo](#) o [crear tu página](#)

Ayer 17,369 personas utilizaron 11870.com

fontaneros en Madrid [buscar](#)

lo último que ha pasado

Fernando Sanmartin acaba de actualizar el comentario de The Penthouse, Gaudeamus Café y 14 más

Ryan y Chema se ha guardado varios servicios en Berlin

sitios y servicios en...

Barcelona, Bilbao, Madrid, Sevilla, Valencia, Zaragoza, Paris, Nueva York, Tokio, Ciudad de México, Buenos Aires, Londres, ... más »

Su objetivo es consolidar un banco de opiniones a la que todo usuario pueda acudir para decidir si contrata un servicio, compra una determinada marca o lo hace en un establecimiento u otro.

Grupos sociales a medida

Y de la misma manera que los intereses profesionales concretos han generado redes sociales monotemáticas, las aficiones y los intereses específicos de determinados grupos de usuarios han impulsado el crecimiento de grupos sociales centrados en temas específicos, con gran profundidad de análisis y contenidos temáticos sobre determinados ámbitos.

Musicales

La música es uno de los contenidos más buscados en Internet, y esto se traslada también al ámbito de las redes sociales.

■ Last.fm

Es la principal red especializada en este ámbito. Se configura a partir de las preferencias de cada melómano, obteniendo, a la vez, oportunidades de descubrir nueva música con su sistema de selección de canciones.

<http://www.lastfm.es/>

■ Buzznet

Es otra red musical en auge que trata tanto de la música pop como de las películas que más gustan a los usuarios.

<http://www.buzznet.com/>

Pero no sólo existen redes para compartir música y conocimientos sobre la misma; también se han creado sitios donde es posible que el usuario exponga sus propias creaciones y escuche las de los demás.

■ RedKaraoke

<http://www.redkaraoke.es/>

BIENVENIDO A TU COMUNIDAD !
Canta, graba y comparte: miles de canciones de karaoke gratis


ÚNETE


¡CANTA!


GRABA


COMPARTE

¿Tu primera vez en Red Karaoke?

■ kSolo

<http://www.ksolo.com/>

También los amantes de la música tienen la opción de convertirse en pinchadiscos o programadores de radios musicales especializadas gracias a espacios de música en línea como **Mercora** o **Musicmakesfriends**. Y para los que quieren estar al día de los próximos conciertos, **Nvivo** facilita la red social de las principales citas programadas en directo.

Mercora

<http://www.mercora.com>

Musicmakesfriends

<http://www.musicmakesfriends.com/>

Nvivo

<http://www.nvivo.es/>

Literatura

Los catálogos de libros en línea llevan ya años proliferando en la red, y su intención es poner las colecciones y bibliotecas de los usuarios a disposición de otros internautas para establecer comparaciones, ver títulos nuevos, valorar los existentes o, sencillamente, establecer conversaciones entre aficionados. Así, se van tejiendo redes de amantes de los diversos géneros literarios que se aconsejan, y se va conformando, poco a poco, una gran biblioteca global minuciosamente comentada.

Recursos



Redes como **Library Thing** (<http://www.librarything.com/>), **Anobii** (<http://www.anobii.com/>), **Shelfari** (<http://www.shelfari.com/>) y **Shelfmates** (<http://www.shelfmates.com/>) pretenden unir a los amantes de la lectura, que pueden encontrar en ellas nuevos libros a partir de personas con gustos literarios similares.

Televisión y cine

Catodicos.com reúne a seguidores de las grandes series de televisión, como House, Héroes, Lost, Anatomía de Grey o CSI. En esta red se anuncian las distintas temporadas que se están emitiendo en cada país, se comentan noticias sobre los rodajes y los protagonistas de la serie y se discute sobre posibles argumentos para nuevas temporadas.

Catodicos
<http://catodicos.com/>

Flixter
<http://www.flixter.com/>

Los amantes del cine tienen en **Flixter** a su red más popular. Permite criticar los últimos filmes vistos, encontrar nuevos o antiguos sobre una temática determinada, apuntarse a un club de fans de un determinado actor y también establecer relaciones entre usuarios en foros que actúan como antes lo hacían los cine clubs.

Étnicas

■ BlackPlanet

Es una red social étnica cuyo objetivo es unir a las personas de color por sus afinidades culturales. Se trata de una red que está teniendo mucho éxito en Estados Unidos y el Reino Unido, y desde sus foros han surgido diversas iniciativas tanto sociales como culturales, como conciertos musicales en ayuda de las comunidades más desfavorecidas de determinadas zonas.

<http://www.blackplanet.com/>

■ MiGente

Se enfoca a los más de 40 millones de latinoamericanos que viven en Estados Unidos, y en ella se comparte la música de los artistas más populares de la comunidad, se hacen amigos y se ofrece información detallada sobre Latinoamérica en general. Además, alberga blogs, organiza concursos y encuestas y contiene galerías de fotografías.

<http://www.migente.com/>

■ Asinave

Presenta prestaciones similares sobre el mundo y la cultura asiática.
<http://www.asinave.com/>

2 Asian American Officers: A tribute to Asian...

Voted

3 The Vietnamese Flag in Living Colors

Voted

2 A New Face for Plastic Surgery: Asian American...

Voted

Find people interested in

Boise Daytona Beach

Find people interested in

pantera manga plain white t's baking j.
holiday cartoons **dramas** fun 2 corinne bailey
rae leona lewis **enter the**
dragon atmosphere amerie and

Viajes

Ofrecen la posibilidad de abrir blogs para contar los viajes, participar en los foros, organizar nuevos viajes y encontrar compañeros de ruta.

TravBuddy y **Wayn** facilitan a los viajeros compartir sus experiencias. Estas redes ofrecen la posibilidad de abrir blogs para contar los viajes, parti-

cipar en los foros, organizar nuevos viajes, encontrar compañeros de ruta y exponer las fotografías, entre otras actividades. Cuentan con mapas y servicios de recomendaciones de hospedaje y formas de moverse en los distintos países. Información aportada, en su gran mayoría, por los mismos usuarios de la red.

■ **Dopplr**

Más enfocado a los ejecutivos, permite establecer una agenda de los próximos desplazamientos y comprobar, de un vistazo, si se va a coincidir con alguno de los contactos.

<http://www.dopplr.com/>

■ **Couchsurfing**

Trata de poner en contacto a los viajeros con los nativos de los diferentes países.

<http://www.couchsurfing.com/>

■ **The Hospitality Club**

Trata de poner en contacto a los viajeros con los nativos de los diferentes países.

<http://www.hospitalityclub.org/>

TravBuddy

<http://www.travbuddy.com/>

Wayn

<http://www.wayn.com/>

Redes especializadas por formato

El tipo de contenido de la red social supone una de las formas de clasificarlas. **Flickr**, donde se pueden encontrar grandes talentos, destaca dentro de las que conceden protagonismo a la fotografía.

En Latinoamérica y en España triunfan, entre los más jóvenes, dos redes que utilizan las fotografías como excusa para relacionarse, **Fotolog** y **Badoo**.

También el vídeo, el contenido de moda en Internet durante los últimos años, protagoniza numerosas redes sociales que lo introducen en las páginas web con el formato flash de videopublicación. Las más populares son **YouTube**, **DailyMotion**, **Megavideo**, **Blip.tv** o **Revver**.

Fotolog

<http://www.fotolog.com/>

Badoo

<http://badoo.com/>

Revver

<http://www.revver.com/>

Vídeo en vivo



Dentro de estas redes, ha surgido otro tipo que se centra en la difusión del vídeo en vivo y de grabaciones en directo, como **Stickam** (<http://www.stickam.com/>), **BlogTv** (<http://www.blogtv.com/>), **Mogulus** (<http://mogulus.com/>), **Ustream.tv** (<http://www.ustream.tv/>) o **Justin.tv** (<http://www.justin.tv/>).

La especialización máxima

Las redes sociales especializadas tratan de averiguar cuáles son los intereses de determinados segmentos del público, pero siempre quedan gustos o

aficiones que no se cubren. Para cumplir con este objetivo, han nacido sitios web como **Ning**, **CrowdVine** o **KickApps**, que ofrecen la posibilidad de crear redes a medida de las necesidades de cada usuario. De esta forma, se puede reunir en un mismo espacio al grupo de conocidos y amigos con los que se comparten intereses y aficiones muy determinadas.

Ning
<http://www.ning.com/>

CrowdVine
<http://www.crowdvine.com/>

KickApps
<http://www.kickapps.com/>

Comportamiento en las redes sociales

Sea cual sea el grupo o los grupos sociales en los que decidamos integrarnos y su especialización, es conveniente que sigamos siempre algunas pautas básicas de respeto a la comunidad, evitemos un intrusismo indeseable en la intimidad personal de sus miembros e intentemos no colapsar sus buzones y medios de contacto con un número de mensajes excesivos y no deseados por los demás usuarios.

En términos generales, las normas sociales de comportamiento más adecuadas para actuar en las redes y en los grupos sociales son las genéricas ya comentadas en los módulos **Navegación y comunicación digital I** y **Civismo en el mundo digital**.

Pero, en las distintas redes y grupos sociales, es conveniente que afinemos nuestros hábitos y conductas, adaptándolos a la naturaleza y las normas de cada uno de estos grupos, ya que la personalidad de cada una de las redes sociales viene dada por el comportamiento general de sus miembros, y, por tanto, lo que en unas redes es inaceptable es en otras anecdótico, o incluso bien recibido.

Cada una de las redes sociales de moda, como Facebook, Tuenti o MySpace, tiene sus normas de comportamiento, aceptadas por el grupo y permitidas por la empresa responsable de la red social.

Ej.

En **MySpace** es normal agregar contactos sin necesidad de conocer directa o indirectamente a los mismos, un hecho que en **Tuenti** o en **Facebook** es impensable. Mientras que en el primero de los sitios pedir a alguien que te incluya en su lista de contactos es un signo amigable, en los otros dos puede indicar mala educación cuando no se conoce al contacto ni se tienen referencias indirectas.

Por el contrario, invitar en **MySpace** a un usuario desconocido a utilizar un programa que hemos desarrollado puede ser considerado, de entrada, correo electrónico no deseado, o **spam**, mientras que hacer esto mismo en **Facebook** será considerado, por la mayoría de usuarios, un gesto social totalmente normal.

Spam social y coleccionismo de amigos

Uno de los efectos indeseados en algunas redes sociales de las más populares es el llamado **spam social**: un flujo permanente y voluminoso de mensajes enviados de forma masiva y continuada a otros usuarios de la misma red social. La mayoría de estos mensajes están llenos de contenidos sin ningún interés para el destinatario, así como de invitaciones para usar cualquier tipo

de aplicación o para acudir a eventos que ni tan sólo coinciden con el perfil del usuario que los reciben.

Otra de las grandes perversiones sociotecnológicas que suelen descubrir los usuarios cuando ingresan en una determinada red o grupo social es el llamado **coleccionismo de amigos**. El fenómeno, en síntesis, consiste en que los nuevos usuarios se añaden a las redes y grupos de amigos de otros usuarios, y añaden a éstos, de forma masiva e indiscriminada, a su propia red de amigos.

Cuando el **spam social** se junta con el coleccionismo de amigos, las redes sociales suelen convertirse en un inmenso caudal de tráfico de mensajes inútiles e indeseados, con lo que pierden su objetivo comunicativo inicial.

El problema se acentúa cuando este tráfico de amistades y mensajes es aprovechado por empresas y particulares para vehicular, por medio de él, iniciativas publicitarias y de marketing.

Para hacer frente a los efectos indeseados del **spam social** dentro de las redes y grupos sociales, basta con aplicar con sentido común algunos sencillos consejos y precauciones:

- No instalar, compulsivamente, aplicaciones y recomendaciones que nos lleguen a través de la red social: es mejor seleccionarlas comprobando antes cuáles utilizan más asiduamente los contactos de la red social.
- Evitar enviar invitaciones indiscriminadas a todos los contactos: es mejor seleccionar a un grupo de amigos afín, interesados en la recepción de dicha invitación.
- No añadir, como amigos o contactos, a desconocidos: coleccionar amigos no nos hace más populares como usuarios. Tampoco es recomendable aceptar como contactos habituales a todas las personas desconocidas que lo soliciten, ya que en muchos casos su interés en nuestra cuenta reside sólo en el reenvío de **spam social**.
- Participar sólo en grupos realmente afines: la mejor forma de darse a conocer en las redes sociales es participar en grupos de discusión y contactos con intereses comunes.

Actividades

Indica si los siguientes enunciados son verdaderos o falsos.

	V	F
Facebook es una red social.		
Podemos utilizar redes sociales para buscar oportunidades profesionales, sólo si pagamos por ello.		
Una red social nos obliga a descargarnos programas específicos en nuestro ordenador.		
Las redes sociales sólo sirven para conocer gente y hacer amigos.		
Sólo podemos pertenecer a una única red social en cada momento.		
En cada red social, lo que cuenta es obtener el máximo número de enlaces y amigos.		
Si no me interesa la informática, no tengo nada que hacer en las redes sociales de Internet.		

Navegación y comunicación II

TRABAJAR EN RED

La navegación y la comunicación digital por Internet en tiempos de la Web 2.0 va mucho más allá de compartir preferencias con otros usuarios, interactuar con ellos mediante recomendaciones en blogs y redes sociales o aprovechar sus indicaciones para localizar información valorada y pertinente de forma más rápida que la que nos permiten los buscadores convencionales. También podemos trabajar, colectivamente, en red con otros usuarios, elaborar contenidos de forma conjunta y construir conocimiento grupal colaborando de forma simultánea, en tiempo real, con otros usuarios gracias a determinadas herramientas disponibles en y desde la red.

En este tema, trataremos los siguientes subtemas:

- Los wikis.
- Los documentos en línea con Google Docs.
- Las opciones de Microsoft Office.
- Slideshare: las presentaciones en Internet.
- Fotografías en la red.

Al final del tema, encontrarás una actividad para desarrollar que te permitirá conocer si has asimilado los conceptos trabajados en él mismo.

Los wikis

Un **wiki** es un **sitio web colaborativo que puede ser editado por varios usuarios**. Los usuarios de una página wiki pueden, así, crear, editar, borrar o modificar el contenido de una página web, de una forma interactiva, fácil y rápida; dichas facilidades hacen de una wiki una herramienta efectiva para la escritura colaborativa.

La **tecnología wiki** permite que páginas web alojadas en un servidor público sean escritas de forma colaborativa mediante un navegador, utilizando una notación sencilla para dar formato y crear enlaces, conservando a la vez un historial de cambios que permite recuperar de manera sencilla cualquier estado anterior de la página. Cuando alguien edita una página **wiki**, sus cambios aparecen, inmediatamente, en la web correspondiente, sin pasar por ningún tipo de revisión previa.

Wikipedia



La enciclopedia universal virtual **Wikipedia** (<http://es.wikipedia.org/>) es el máximo exponente público de este sistema de aportación colectiva de contenidos por parte de un conjunto de usuarios que utilizan la **tecnología wiki** de publicación.

Según su propia definición, un **wiki** es una colección de páginas web “que pueden ser visitadas y editadas por cualquier persona (aunque en algunos casos se exige el registro como usuario) en cualquier momento”. Y añade que “cuando alguien edita una página wiki, sus cambios aparecen inmediatamente en la web, sin pasar por ningún tipo de revisión previa”.



La utilidad del **wiki** está clara como herramienta de textos colaborativos que permite la aportación permanente en línea de nuevos contenidos, su revisión y nuevas actualizaciones. Su uso requiere tener en cuenta algunos sencillos requerimientos tecnológicos.

Existen, fundamentalmente, dos opciones técnicas para comenzar a construir un wiki:

- Descargar un programa específico e instalarlo en nuestro alojamiento web. De esta manera podremos personalizar el sistema, pero presenta como principal inconveniente que necesitaremos algunos conocimientos específicos para efectuar la instalación y encontrar un servicio de alojamiento, que probablemente nos implicará un coste económico.
- Emplear un servicio gratuito que nos proporcione tanto el software como el alojamiento.

El segundo caso es el más recomendable para los no iniciados y requiere, normalmente, que el usuario deba registrarse como usuario del servicio. Al finalizar el registro, ya tendrá su **dominio wiki**, en el que podrá comenzar a introducir la información. Es conveniente revisar las indicaciones de ayuda que ofrecen la mayoría de sistemas antes de comenzar a editar el nuevo wiki.

En este tipo de opciones, para crear nuevas páginas se nos solicita un **título de la nueva página** entre dos pares de corchetes (por ejemplo: [[Nueva Página]]), sin caracteres como acentos, ni espacios en blanco, y con mayúsculas al principio de cada palabra. Normalmente, debemos pulsar en **guardar** y luego ir al enlace creado. Aparecerá una nueva página de edición con el nuevo nombre en la que podemos redactar el contenido de esta nueva página.

Podemos crear enlaces desde otras páginas a los nuevos contenidos, siempre utilizando el formato que se indique en cada herramienta de creación y edición de **wikis**, ya que existen varios sistemas, aunque son muy similares.

Instrumentos para crear wikis

Las principales herramientas para la creación y el mantenimiento de wikis son:

HERRAMIENTA	DESCRIPCIÓN
Wiki mailxmail	Contiene un completo y detallado tutorial en español. http://wiki.mailxmail.com/
PBWiki	Permite restringir el acceso o la participación a otros usuarios. http://pbwiki.com/
Wikka	http://wikkawiki.org/
Nirewiki	http://nirewiki.com/

Tutorial de edición

Conviene, también, consultar la definición, la historia y la documentación sobre la herramienta wiki en la Wikipedia (<http://es.wikipedia.org/wiki/Wiki>) y analizar su **tutorial de edición** (<http://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:COMOs>).

Ayuda:Cómo

(Redirigido desde [Wikipedia:COMOs](#))



Esta página contiene enlaces a artículos acerca del uso

- ¿Cómo puedo colaborar?
- ¿Cómo empezar una página?
- ¿Cómo cambiar el nombre de una página?
- ¿Cómo se edita una página?
- ¿Cómo redactar un buen artículo?
- ¿Cómo añadir imágenes?
- ¿Cómo solucionar dudas frecuentes del idioma?

Crear Wikis



ver simulación

Simulación disponible en la versión web del material

Documentos en línea con Google Docs

El trabajo colaborativo en línea tiene otra de sus aplicaciones estrella en la opción que **Google Docs** (<http://docs.google.com/>) presenta para que usuarios conectados a la red, desde puntos diferentes y distantes, puedan trabajar a la vez de forma colaborativa sobre documentos de texto, hojas de cálculo o presentaciones multimedia de diapositivas.

Create and share your work online

- Upload from and save to your desktop
- Edit anytime, from anywhere
- Pick who can access your documents
- Share changes in real time
- Files are stored **securely** online
- It's **FREE!**
- [Take a tour](#) · [New Features](#)



Además de facilitar el trabajo colaborativo entre usuarios diversos y distantes, este servicio añade la ventaja de que podemos acceder a los documentos que guardamos desde cualquier ordenador que disponga de conexión a Internet, solamente con la contraseña con la que nos hemos registrado en el servicio.

■ **Utilidades**

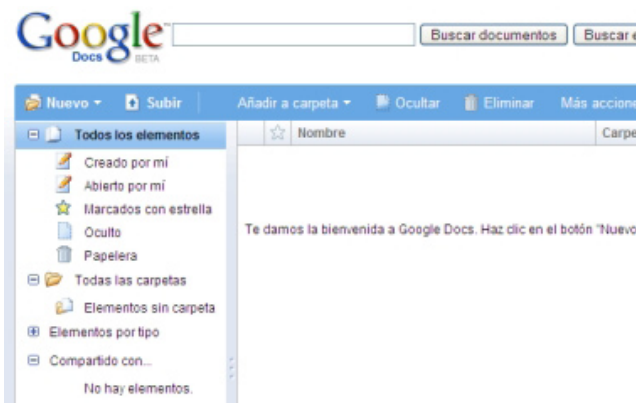
Estas herramientas pueden servir para:

- Trabajar sobre documentos de este tipo desde cualquier parte del mundo sin necesidad de instalar un programa concreto o preocuparse por el traslado del archivo por correo electrónico o mediante dispositivos físicos (CD, DVD u otros dispositivos de memoria).
- Evitar problemas de compatibilidad de archivos, ya que admiten muy diferentes formatos.
- Elaborar documentos entre varias personas: agendas compartidas, balances de presupuestos, presentaciones de proyectos, trabajos universitarios...
- Publicar documentos en línea con un par de clicks, sin necesidad de tener que disponer de un servidor y un programa de subida de archivos.

Usar Google Docs

Para empezar a usar Google Docs, debemos dirigirnos a su página de entrada e introducir la dirección de correo que vamos a utilizar, dos veces la contraseña (de, al menos, ocho caracteres de largo), el nombre, el apellido y el país.

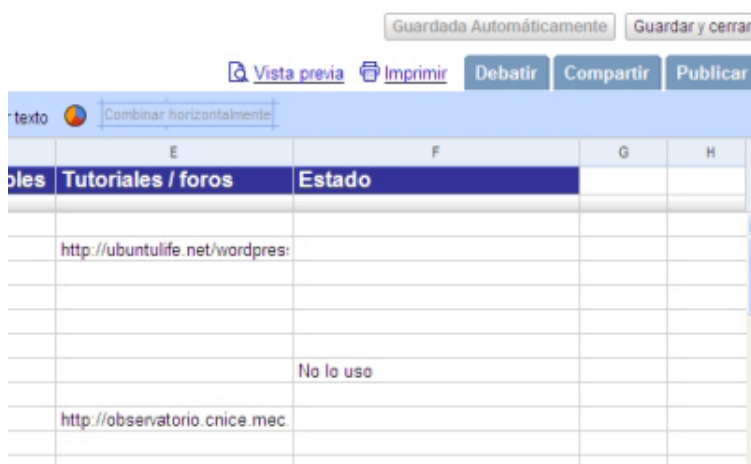
Una vez cumplimentados los trámites de alta en el servicio, ya podemos empezar a explorar sus posibilidades.



Pantalla principal de Google Docs

Al pulsar en “Nuevo”, podemos elegir entre crear una presentación, un documento de texto, una hoja de cálculo y una carpeta. Si pulsamos “Subir”, podremos cargar varios tipos de archivos ya creados en nuestro ordenador, con límite de capacidad dependiendo del tipo de archivo. También nos ofrece una dirección para que podamos enviar por correo electrónico a este espacio los archivos que deseemos.

Las opciones de creación y edición de cada documento son muy similares a los programas que utilizamos, habitualmente, para el tratamiento de texto, las hojas de cálculo o las presentaciones de diapositivas. La diferencia está en las tres pestañas que hallamos en la parte lateral de cada documento: “Debatir”, “Compartir” y “Publicar”.



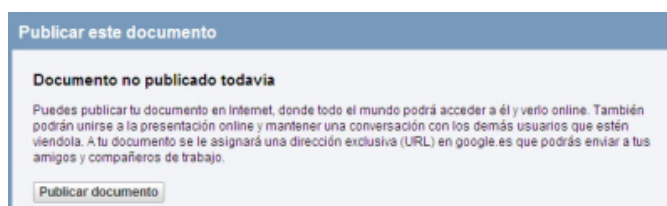
Compartir

Si pulsamos en la pestaña “Compartir”, podemos invitar a otras personas a que lean el documento o, incluso, a que lo modifiquen “como colaboradores”, además de indicar otro tipo de permisos que tendrán estas personas invitadas.

Publicar

Con el botón “Publicar”, podemos publicar nuestro documento en Internet, con la posibilidad de que otras personas puedan acceder al mismo y verlo en línea, pero sin modificarlo. También podemos mantener una conversación con las demás personas que lo estén viendo. A nuestro documento, se le asignará una dirección **URL** exclusiva que podremos enviar a quien decidamos o incluirla como enlace desde una web o un blog.

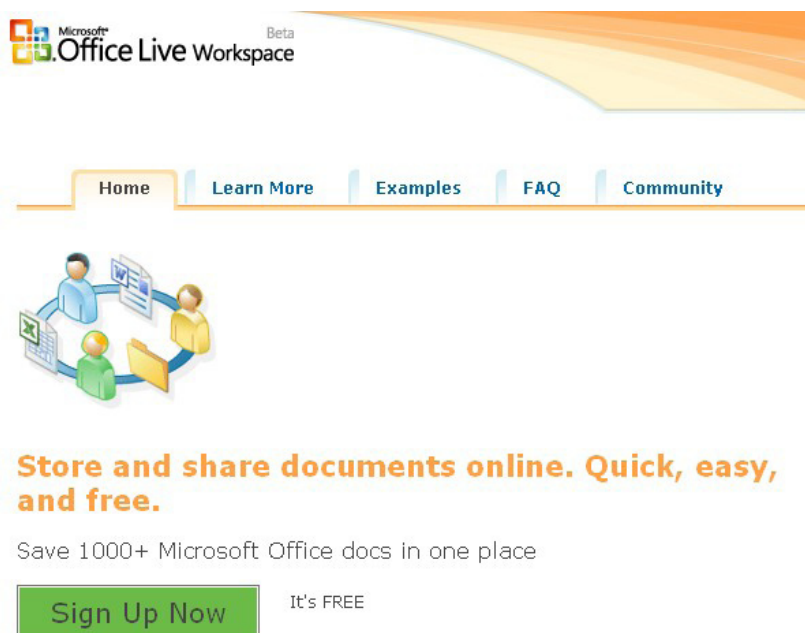
Al pulsar en el botón “Publicar documento”, el archivo estará en línea y se nos ofrecerá su dirección para que se pueda consultar desde cualquier ordenador sin que las personas que lo consulten tengan que tener la clave de acceso.



Las opciones de Microsoft Office

Siguiendo la estela de trabajo colaborativo en red abierto por Google con su Google Docs, el gigante informático Microsoft también ha dotado, a sus populares programas Word (de tratamiento de texto), Excel (de hojas de cálculo) y Power Point (de presentación de diapositivas multimedia), de opciones de cooperación desde la red.

Su iniciativa, denominada **Office Live Workspace** (<http://workspace.office-live.com/>), es un complemento que permite trabajar en red con los documentos de Microsoft Office, pero que requiere que sus usuarios tengan instalado en su ordenador el paquete ofimático de Microsoft Office.



Microsoft Office Live Workspace Beta

Home Learn More Examples FAQ Community

Store and share documents online. Quick, easy, and free.

Save 1000+ Microsoft Office docs in one place

Sign Up Now It's FREE

Esta aplicación web se estructura en diferentes espacios de trabajo o carpetas, donde se clasifican los documentos según su tipo. Microsoft propone al usuario hasta 11 espacios diferentes, como “Clase”, “Trabajo” o “Viajes”, aunque también permite iniciar uno en blanco. Los espacios predefinidos se acompañan de diversas plantillas elaboradas para ayudar al usuario. Así, se pueden encontrar listas de direcciones, calendarios de competiciones deportivas, currículos o itinerarios de viajes.

Slideshare: presentaciones en Internet

SlideShare (<http://www.slideshare.net/>) es una aplicación web donde se pueden almacenar en línea presentaciones de diapositivas. Las presentaciones, debemos crearlas en el propio ordenador utilizando el programa Microsoft Powerpoint, OpenOffice o cualquier programa compatible con los formatos .PPT, .PPS u .ODP.



slideshare

A neat way to share & discover

Pantalla principal de SlideShare

SlideShare hace fácil compartir una presentación de trabajo o, incluso, dar una conferencia sin necesidad de cargar con la presentación. Cuando el usuario sube la presentación a Slideshare, el sistema la convierte a formato 'Flash' y permite que se pueda ver desde cualquier ordenador, simplemente abriendo una página web.

Sin embargo, Slideshare también entra en las comunicaciones personales.

En lugar de mandar una presentación por correo electrónico, que puede llegar a ocupar varios megas, sólo hay que colocarla en Slideshare y enviar el enlace de la página a las personas interesadas. Incluso se puede hacer un enlace a una diapositiva en concreto dentro de la presentación.

Las presentaciones de Slideshare están clasificadas con **etiquetas** o **tags**, como las fotos en Flickr o los vídeos en YouTube. Es decir, cada presentación tiene unas palabras clave asociadas que informan sobre su contenido. Este modo de clasificación es cada vez más utilizado para todo tipo de contenidos, pero, sobre todo, en los audiovisuales, ya que eso permite que los buscadores como Technorati los localicen cuando se hagan búsquedas por una de las palabras clave.



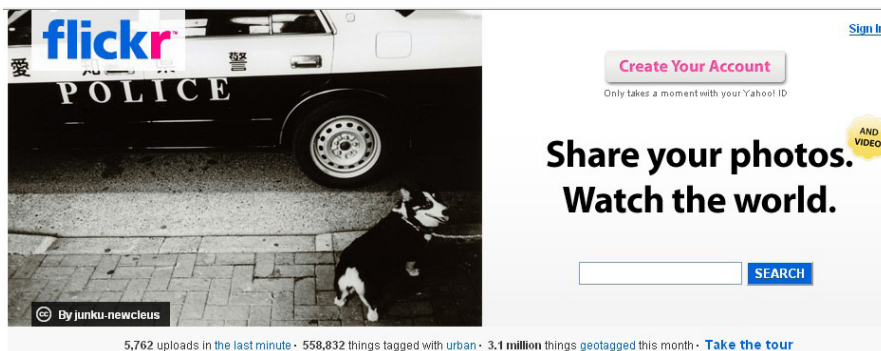
También se pueden incrustar las presentaciones en cualquier página web, como, por ejemplo, un blog, del mismo modo que se inserta una imagen. Junto a cada presentación, hay un código que se copia y pega en el código de la página. El efecto es el mismo, por ejemplo, que el conseguido al incrustar vídeos de YouTube en otras páginas.

Fotografías en la red

Flickr es el mayor álbum fotográfico de la historia, con varios millones de fotos en sus páginas y cientos de miles de usuarios transitando diariamente por ellas.

La ventaja de Flickr sobre otros sitios similares es su enorme popularidad. Y ésta reside en su filosofía social abierta: a no ser que el usuario diga lo contrario, las imágenes que se alojan en Flickr están en pública exhibición. Además, Flickr premia las fotografías más visitadas y enlazadas por los usuarios subiéndolas desde las páginas originarias a la portada del sitio.

Darse de alta en Flickr es gratis, aunque la cuenta gratuita está limitada a 20 megabytes al mes (unas 200 fotos, aproximadamente).



Utilizar Flickr

Existen muchos sistemas para alojar y compartir imágenes. La mayoría funciona con un sistema de registro. El usuario proporciona datos como el correo electrónico y el servicio le proporciona una cuenta o página personal desde la que puede publicar y organizar sus imágenes.

La forma de publicar las imágenes es muy similar a la de añadir archivos adjuntos a un mensaje de correo electrónico, pero...

- La diferencia es que el usuario las clasifica con palabras clave, **tags** o **etiquetas**.
- Algunos sistemas, como **Flickr**, proporcionan un código HTML que se puede utilizar para publicar esta foto en una web sin necesidad de almacenarla en un alojamiento de pago.
- Los usuarios pueden elegir la licencia de publicación de sus fotografías, decir, advertir a los navegantes de que las imágenes tienen derechos de autor o son utilizables por otros bajo ciertas condiciones.

No se puede reducir el fenómeno que están creando este tipo de servicios como un simple álbum de fotografías:

- Permiten también jugar con las imágenes y organizarlas, añadir comentarios y anotaciones, y almacenarlas para publicarlas en otras páginas web.
- Permiten compartirlas (o no) con otros usuarios/rías, mediante la creación de presentaciones y exposiciones virtuales.
- Permiten conectar con otras personas. Se puede navegar por todas las fotos publicadas, comentarlas y contactar con sus autores y autoras. Son también redes sociales.

Permiten colaborar en la cobertura de acontecimientos. En muchos sistemas, la forma de clasificar las imágenes (las palabras clave o tags) se comparten, creando redes en expansión sobre determinados sucesos o acontecimientos.

Actividades

Indica si los siguientes enunciados son verdaderos o falsos.

	V	F
Un wiki es una aplicación que pone en contacto a unos usuarios con otros por Internet.		
Nuestros documentos en línea sólo pueden ser compartidos por los usuarios a los que autorizamos mediante contraseña.		
Podemos compartir presentaciones de diapositivas en la red sólo si usamos Google Docs.		
Tenemos a nuestra disposición sistemas gratuitos de edición y alojamiento de wikis.		
La Wikipedia es una enciclopedia electrónica en línea editada de forma colaborativa por múltiples usuarios.		
Dos usuarios en ordenadores distintos conectados a Internet no pueden trabajar simultáneamente sobre una misma hoja de cálculo.		
Ni Google ni Microsoft requieren instalar programas propios en el ordenador para utilizar sus opciones de trabajo colaborativo en línea.		
Todos los álbumes de fotos en línea son de pago.		
Cuando subimos una fotografía a un álbum en línea perdemos todos sus derechos legales.		

Navegación y comunicación II

PRÁCTICA FINAL

Como **práctica final** del módulo **Navegación y comunicación II**, proponemos un ejercicio global de recorrido, análisis y elección de los instrumentos de interacción social tratados en los distintos temas, fraccionado en diversas actividades concretas. El objetivo último es que cada usuario pueda definir una fórmula personalizada de uso propio de marcadores sociales, elaboración de un blog personal, activación de mecanismos de sindicación de contenidos, participación en una red social y primeras acciones de utilización de sistemas de trabajo en red.

Para ello, proponemos las actividades siguientes, algunas de éstas alternativas a otras en función de la situación y de los intereses del usuario:

1. Cursa tu proceso de alta y acceso en el servicio de marcadores sociales Mister-Wong.
2. Traslada tus favoritos al servidor en línea, y etiqueta de forma valorativa los principales enlaces.
3. Protege tus favoritos con una contraseña.
4. Da acceso a otros usuarios de tu confianza a tus enlaces favoritos.
 - 4.1. Del punto 1 al 4, puedes presentar como alternativa el uso de otro servicio de marcadores sociales que hayas elegido.
5. Recorre y analiza diversos buscadores de blogs.
6. Localiza ejemplos de blogs en línea que creas que concuerdan con tus necesidades, habilidades y temáticas de interés. Anota los elementos que consideres más relevantes, tanto en la forma como en el contenido, de los blogs que hayas seleccionado.
7. Recorre y analiza las diversas plataformas de publicación de blogs. Anota y analiza las opciones que presentan una mejor adaptación a tu nivel de conocimiento de la red, de tus intereses comunicativos y de tus capacidades actuales de actividad tecnológica.
8. Define tus propios objetivos, tomando como referencia los blogs localizados y analizados, para la creación de tu blog personal y elige una plataforma de publicación y alojamiento.
9. Crea tu propio blog personal.
 - 9.1. Dota, a tu blog, de los mecanismos de sindicación de contenidos con otros blogs y webs de temática y orientación compatibles.
 - 9.2. Añade a tu blog los mecanismos de visibilidad social que se describen en diversos temas del módulo (retroenlaces, *blogroll*, inscripción en buscadores, ping...).

10. Recorre y analiza las diversas redes y los grupos sociales descritos en el tema 5.
11. Decide en qué red prefieres introducir tu perfil de usuario y efectúa el proceso de inscripción y alta en esa red o grupo social.
 - 11.1. Si has decidido prescindir de redes sociales generalistas y no encuentras acomodo en ninguna red especializada, elige una red profesional y cursa en ésta tu alta como miembro.
12. Recorre y analiza las diversas opciones para la creación de wikis.
13. Elige una opción, crea tu wiki e intenta compartirlo con otros usuarios afines.
14. Analiza las opciones de trabajo en red de Google Docs. Inicia con esta herramienta un trabajo colaborativo con otros usuarios a los que conozcas.
 - 14.1 Crea una presentación de diapositivas y ubícala en Slideshare.
 - 14.2 Abre tu cuenta en Flickr y confecciona un primer álbum de fotografías en línea. Comparte diversas fotos con tus conocidos.

Navegación y comunicación II

IDEAS CLAVE

El módulo Navegación y comunicación II presenta un recorrido por diversos conceptos y recursos de la llamada “web social” o “web 2.0”, imprescindibles para que un usuario avanzado pueda hacer un uso optimizado de los recursos de la red.

Más allá de la gestión de información y la personalización de recursos para agilizarla, este módulo ofrece al usuario una panorámica básica a partir de la que, según sus intereses personales en cada momento, podrá profundizar sobre los marcadores sociales, sus usos y sus funcionalidades, tanto desde su perspectiva de beneficiario de la prescripción social que, permanentemente, ejerce el colectivo de usuarios de la red, como en tanto que agente prescriptor en interacción constante con el resto de la comunidad de usuarios de Internet.

En el horizonte de los grandes canales de información e interacción del momento, se presentan también muestras significativas de los inmensos abanicos de posibilidades de los blogs, tanto para su creación y promoción como para su uso como canal de información relevante, y de los mecanismos y sistemas de agregación y sindicación de contenidos, también en la doble perspectiva del emisor y el receptor de datos e interacción.

Y en la perspectiva del uso social y colectivo de la red, el módulo recorre también las opciones y posibilidades de las redes y grupos sociales, y presenta una propuesta de partida para descubrir los sistemas de trabajo en red y las posibilidades de compartir y elaborar, de forma colaborativa, contenidos en línea.

En todos los casos, no sólo se pretenden transmitir instrucciones concretas y cerradas de uso de determinadas herramientas, ya que su acelerada evolución, probablemente, las dejaría obsoletas en muy poco tiempo. Lo que se intenta es facilitar las bases de razonamiento y los instrumentos esenciales de localización y análisis para facilitar al usuario su propia búsqueda y evaluación de herramientas e instrumentos en función de sus necesidades y de la realidad cambiante de la red. Por ello, los contenidos del módulo se presentan con enlaces a las webs y a los ejemplos comentados, y se insiste en su carácter de punto de partida para que cada usuario pueda profundizar de forma óptima en aquellos temas, conceptos y utilidades más vinculados a sus intereses personales en cada momento y situación concreta de su uso de la red.

Navegación y comunicación II

SOLUCIONES ACTIVIDADES

Sistemas operativos

	V	F
Los marcadores sociales son sistemas de recomendación y prescripción de los usuarios sobre las webs y los sitios que localizan.	X	
Los sistemas de favoritos en línea y marcadores sociales permiten acceder a nuestra lista de favoritos desde cualquier ordenador conectado a Internet.	X	
Los favoritos en línea y los marcadores sociales son programas que debemos instalar en nuestro ordenador.		X
En algunos marcadores sociales de enlaces podemos añadir notas personales sobre nuestras valoraciones de cada web recomendada.	X	
Los sistemas de marcadores sociales nunca pueden ser integrados en las barras de funciones básicas de nuestro navegador.		X
Sólo podemos utilizar un sistema de marcadores sociales.		X

Feedback 4 o más respuestas correctas: Muy bien. Has entendido de forma correcta los conceptos de este tema.

Feedback menos de 4 respuestas correctas: Deberías repasar este tema antes de continuar, porque no tienes claros algunos conceptos.

Los marcadores sociales

	V	F
Un blog es una web personal en la que un autor cuenta su vida en Internet.		X
El objetivo principal de un blog es publicar fotos y vídeos.		X
Technorati es un buscador de contenidos alojados en blogs.	X	
Hacer y publicar un blog en Internet es siempre de pago.		X
Blogger y Wordpress son plataformas de publicación de blogs.	X	
Un blog está caracterizado por el uso sistemático de hipervínculos o enlaces a otros blogs o páginas web.	X	
<i>Blogroll</i> , <i>trackback</i> y <i>permalink</i> son recursos para dotar a los blogs personales de visibilidad y comunicación automatizada con otros blogs.	X	
Para buscar información en blogs basta recurrir a los motores generales de búsqueda, porque no existen buscadores especializados de blogs.		X
Bitacoras.com es una plataforma de publicación e indexación de blogs en español.	X	

Feedback 5 o más respuestas correctas: Muy bien. Has entendido de forma correcta los conceptos de este tema.

Feedback menos de 5 respuestas correctas: Deberías repasar este tema antes de continuar, porque no tienes claros algunos conceptos.

Agregadores y sindicación

	V	F
Un agregador de contenidos es un programa que va añadiendo contenidos a nuestro ordenador.		X
Un programa lector de sindicación de contenidos tiene como función principal conectarse, automáticamente, al web predefinido, localizar las nuevas actualizaciones y, si las detecta, advertir al usuario de su existencia, mostrando una lista de enlaces con los titulares y con pequeñas descripciones de las noticias.	X	
La sindicación de contenidos añade webs a nuestro navegador.		X
Para activar agregadores y sindicadores, no es necesario añadir programas específicos al sistema operativo del ordenador.		X
Podemos integrar en el correo electrónico programas lectores de contenidos sindicados.	X	
Podemos activar lectores de contenidos sindicados desde nuestro navegador habitual.	X	

Feedback 4 o más respuestas correctas: Muy bien. Has entendido de forma correcta los conceptos de este tema.

Feedback menos de 4 respuestas correctas: Deberías repasar este tema antes de continuar, porque no tienes claros algunos conceptos.

Buscar información en la web social

	V	F
Technorati y Google Blogs Search indexan y organizan nueva información introducida en los blogs.	X	
La búsqueda social es la que efectúan buscadores con muchos usuarios.		X
Los blogs sólo sirven para explicar cosas de nuestra vida personal, no para localizar información.		X
La prescripción social son las recomendaciones hechas por expertos.		X
Podemos aprovechar la búsqueda social para localizar imágenes.	X	

Feedback 3 o más respuestas correctas: Muy bien. Has entendido de forma correcta los conceptos de este tema.

Feedback menos de 3 respuestas correctas: Deberías repasar este tema antes de continuar, porque no tienes claros algunos conceptos.

Redes y grupos sociales

	V	F
Facebook es una red social.	X	
Podemos utilizar redes sociales para buscar oportunidades profesionales, sólo si pagamos por ello.		X
Una red social nos obliga a descargarnos programas específicos en nuestro ordenador.		X
Las redes sociales sólo sirven para conocer gente y hacer amigos.		X
Sólo podemos pertenecer a una única red social en cada momento.		X
En cada red social, lo que cuenta es obtener el máximo número de enlaces y amigos.		X
Si no me interesa la informática, no tengo nada que hacer en las redes sociales de Internet.		X

Feedback 4 o más respuestas correctas: Muy bien. Has entendido de forma correcta los conceptos de este tema.

Feedback menos de 4 respuestas correctas: Deberías repasar este tema antes de continuar, porque no tienes claros algunos conceptos.

Trabajar en red

Indica si los siguientes enunciados son verdaderos o falsos.

	V	F
Un wiki es una aplicación que pone en contacto a unos usuarios con otros por Internet.		X
Nuestros documentos en línea sólo pueden ser compartidos por los usuarios a los que autoricemos mediante contraseña.	X	
Podemos compartir presentaciones de diapositivas en la red sólo si usamos Google Docs.		X
Tenemos a nuestra disposición sistemas gratuitos de edición y alojamiento de wikis.	X	
La Wikipedia es una enciclopedia electrónica en línea editada de forma colaborativa por múltiples usuarios.	X	
Dos usuarios en ordenadores distintos conectados a Internet no pueden trabajar simultáneamente sobre una misma hoja de cálculo.		X
Ni Google ni Microsoft requieren instalar programas propios en el ordenador para utilizar sus opciones de trabajo colaborativo en línea.		X
Todos los álbumes de fotos en línea son de pago.		X
Cuando subimos una fotografía a un álbum en línea perdemos todos sus derechos legales.		X

Feedback 5 o más respuestas correctas: Muy bien. Has entendido de forma correcta los conceptos de este tema.

Feedback menos de 5 respuestas correctas: Deberías repasar este tema antes de continuar, porque no tienes claros algunos conceptos.

Navegación y comunicación II

GLOSARIO

Agregación de contenidos

Funcionalidades de los programas y aplicaciones que permiten automatizar la redirección y redifusión de contenidos entre distintos webs y blogs, previa decisión de alta dada por el usuario.

Véase *Sindicación de contenidos*.

Atom

Sistema tecnológico determinado para la sindicación de contenidos.

Véase *Sindicación de contenidos*.

Blog

Sitio web periódicamente actualizado que recopila, siguiendo un orden cronológico, textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente. Un blog es una página web en la que el sistema de edición y publicación se ha simplificado hasta el punto de que el usuario no necesita conocimientos específicos del medio electrónico ni del formato digital para poder aportar contenidos a la red.

Blogroll

Selección de enlaces recomendados que suelen presentar los blogs.

Bookmarking social

Véase *Marcadores Sociales*.

Búsqueda social

Localización de información en la red a partir de las aportaciones de los usuarios por diversos medios y canales, como marcadores sociales, blogs, sistemas de prescripción social, interacción en redes sociales...

Etiqueta

Anotación valorativa que cada usuario otorga a un determinado sitio o servicio de Internet, en función de su interpretación sobre el contenido, el significado o la clasificación de ese marcador social, servicio o web determinados.

Marcadores sociales

Sistemas de almacenaje y organización de enlaces favoritos en red que permiten compartir con otros usuarios enlaces, etiquetas y valoraciones sobre las fuentes de información reseñadas, lo que les convierte en una fuente dinámica de intercambio permanente de información potencialmente relevante sobre sitios y webs de interés.

Microbloggin

Sistema de publicación personal en red que, a semejanza simplificada de los blogs, suele vehicularse por medio de los teléfonos móviles.

Permalink

Enlace permanente que un blog ofrece a otros blogs o páginas web.

Plataformas de publicación de blogs

Son los servicios de elaboración, publicación y alojamiento de blogs que permiten al usuario lanzar a la red su blog personal. Conviene distinguir entre las que proporcionan programas y herramientas informáticas de elaboración de un blog y las que ofrecen también servicios de alojamiento, sean gratuitos o de pago.

Publicación de blogs

Véase *Plataformas de publicación de blogs*.

Ping

Método de aviso sobre la introducción de un nuevo contenido, dirigido a los directorios de blogs o a los blogs directamente, para que éstos notifiquen a sus lectores y suscriptores la actualización.

Retroenlace

Método de notificación de nuevos contenidos entre blogs y sitios web. Permite tratar cada entrada como una conversación entre weblogs, anidando los posts que enlazan al original.

Prescripción social

Sistema de filtrado, valoración y recomendación realizada por la acción colectiva de los usuarios de la red en sus diversos medios y canales, como marcadores sociales, blogs, sistemas de recomendación y votación social, interacción en redes sociales...

Redes sociales generalistas

Denominación genérica para la mayoría de grupos sociales virtuales que brindan la posibilidad de interactuar con otros usuarios, aunque sean inicialmente desconocidos. Se trata de grupos sociales virtuales abiertos que se van construyendo, definiendo y creciendo con lo que cada miembro suscriptor aporta a la red.

RDF

Sistema tecnológico determinado para la sindicación de contenidos.
Véase *Sindicación de contenidos*.

RSS (*rich site summary o really simple syndication*)

Es la tecnología de sindicación de contenidos más utilizada que aprovecha las posibilidades del código XML (*extensible markup language*) para importar y exportar de un sitio –web o blog– a otro titulares, enlaces y fragmentos de los contenidos que cada uno de ellos actualiza.

Véase *Sindicación de contenidos*.

Sindicación de contenidos

También entendida, generalmente, como agregación de contenidos. Conjunto de acciones e iniciativas encaminadas a obtener desde un único programa lector acceso a las últimas actualizaciones de los diversos y múltiples blogs y webs –o de sus secciones concretas– que hemos definido con anterioridad.
Véase *Agregación de contenidos*.

Sistemas de documentos en línea

Opciones informáticas que permiten que usuarios conectados a la red, desde puntos diferentes y distantes, puedan trabajar a la vez de forma colaborativa sobre documentos de texto, hojas de cálculo o presentaciones multimedia de diapositivas

Slashcode sites

Sitios de prescripción social de especial credibilidad y prestigio en su especialidad temática o grupal.

Tag

Véase *Etiqueta*.

Trackback

Véase *Retroenlace*.

Vblog

Abreviatura de videoblog.

Videoblog

Es la evolución del blog basado en el texto hacia un formato en el que predominan los contenidos audiovisuales.

Wiki

Sitio web colaborativo que puede ser editado por varios usuarios que pueden crear, editar, borrar o modificar el contenido de una página web, de una forma interactiva, fácil y rápida.

Wikipedia

Enciclopedia universal virtual elaborada por miles de usuarios voluntarios que utilizan la tecnología wiki para la aportación, edición y actualización colaborativa de contenidos.

