

INFORMATICA A BORDO

<http://www.informaticaabordo.com>

Informática a Bordo

● ● ● Nuevas Tecnologías aplicadas en Náutica



CAPITULO 53

REDES SOCIALES (y II)



En esta segunda entrega vamos a adentrarnos más en este concepto 2.0 y en sus redes sociales, aprendiendo a sacarles el máximo partido para nuestro sector Náutico. Las redes sociales nos pueden aportar mucho, pero también nos pueden hacer perder mucho tiempo si no las sabemos usar y si comenzamos a entrar de forma indiscriminada en todas ellas.

La red es muy grande, internet ha crecido demasiado y es muy fácil perderse. Las búsquedas en Google cada vez nos dan más cantidad de resultados sobre lo que necesitamos. Podemos afinar mucho lo que buscamos e ir investigando en cada resultado obtenido con el peligro de acabar muy lejos de nuestro objetivo. O bien podemos ir directamente a las páginas que ya sabemos van a tener la información que necesitamos.

Voy a entrar en una red social ¿Quién hay ahí?

Fabricantes, usuarios, astilleros, técnicos, navegantes... todos están presentes en estas redes de una forma u otra. Lo que debemos saber es cómo contactar con ellos y obtener la información que nos interesa. Una de los principales conceptos que debemos tener claro es el "porqué" nos interesa entrar en el "mundo 2.0". El motivo principal y algo que tenemos que tener claro es que "vamos a entrar para aprovecharnos de las experiencias de terceros".

La red 1.0 (el internet de siempre que ya conocemos) nos permite buscar información estática. Ese manual del radar que no encuentro, el esquema de conexión NMEA de mi GPS, el catálogo de accesorios de mi VHF, las fotos de la auxiliar que queremos comprar, los precios de un "gadget" que hemos visto en el barco vecino... Toda la información a nuestro alcance, actualizada y accesible con un solo clic, desde nuestro móvil, tableta, portátil, PC o "como llamemos" a lo que usamos para conectarnos.

La red 2.0 nos va a decir algo más. La experiencia de otro usuario con esa conexión NMEA de mi GPS, la solución para conectar el altavoz externo al VHF (llevo dos días peleándome y no me funciona), la opinión de los usuarios que han comprado antes que yo esa auxiliar que me gusta o de ese "gadget" que hemos dicho queremos copiarle al vecino.



Nos interesan las opiniones, las experiencias de otros para no caer en errores o trampas inesperadas. Esto exige mucho más a los fabricantes y mejora la satisfacción del usuario. Un mínimo fallo o mala atención se propaga por internet a la velocidad de la luz y es capaz de hundir la mejor reputación de cualquier

producto. Ya nos es tan fácil vender un producto que no cumpla las expectativas prometidas.

Si queremos estar siempre al día de las novedades tecnológicas de algunos fabricantes podemos entrar de forma periódica en sus páginas web e investigar sobre los productos que exponen. Pero si nos aprovechamos de la red 2.0 podemos darnos de alta en Twitter, por ejemplo, y hacernos "followers" (seguidores) de esos fabricantes, de forma que nos irán llegando en nuestra cuenta las últimas noticias y novedades, sin nosotros pedirlo.



Hasta hace poco podíamos recibir esta misma información agregándonos a sus listas de distribución. Visitábamos su stand del Salón Náutico, dejábamos una tarjeta con nuestro correo y les decíamos eso de "¿me enviarán por favor información con las novedades?". Grave error el que cometimos en su día. Esa dirección de correo se convertía en una potencial cuenta receptora de "spam" (correo basura) de la que no hay forma de sacarnos, aunque vayamos al año siguiente al mismo stand para pedir también por favor que nos borren de sus listas.



Twitter y otras redes sociales nos permiten entrar y salir a nuestro antojo. Ser "seguidor" o "amigo" cuando queramos. Dejar de recibir información o "abandonar a un amigo" sin depender de nadie. El fabricante del que queremos

mantenernos informados genera contenido en diferentes redes sociales que es recogida por todos sus seguidores y amigos.



Esta información a la que nos “abonamos” la podemos seguir en cualquier dispositivo conectado a internet. No sólo desde el ordenador sentados delante de una pantalla. Recibimos la información en cualquier momento. En casa, en la calle, en el autobús, en el barco, navegando o llegando a una cala. Y de la misma forma podemos publicar información desde cualquier ubicación. Usamos el móvil o la tableta, sea cual sea su marca o modelo. Hoy todos los dispositivos están hechos a medida para estar conectadas las redes sociales.

Recordemos el dato que ya citamos en una anterior entrega. En diez años se estiman 50.000 millones de equipos conectados a internet. La previsión de equipos conectados dentro de una década es de unas ocho veces el número de personas que existen en el mundo.

Los usuarios que querían esquivar el uso del móvil sucumbieron a llevar uno en el bolsillo y tener máxima dependencia de él. Los que querían esquivar el uso de correo electrónico versus el uso de sistemas tradicionales de comunicación, como el fax, se vieron obligados a disponer de un correo como signo de identificación en este mundo tecnológico. Si no tengo correo no soy nadie, estoy incomunicado y no se me abre ninguna puerta. Y los que usan el móvil sólo como teléfono también han sucumbido a tener en dicho dispositivo su correo electrónico, y no sólo una cuenta, como mínimo dos, la personal y la del trabajo.

Y ya no lo llaman móvil. Ya lo llaman por su nombre. “Mi iPhone”, “Mi Blackberry”, “Mi HTC”... y lo usamos como herramienta de entrada para las redes sociales a las que pertenecemos, porque no sólo son compatibles, además ya nos incorporan un botón para entrar en ellas. Nos facilitan la entrada en las redes sociales más famosas: Facebook, Twitter, LinkedIn, entre otras...

Y si el móvil se queda pequeño comenzamos la dependencia de las tabletas, ya sea en versiones de 11” o en las de 7”, que casi nos caben en el bolsillo. Y... ¿Dónde paramos? ¿Cuántos equipos acabaremos llevando a bordo? Quizás los necesarios para ir abandonando la electrónica estática que tenemos instalada en el barco, tal y como vimos en las entregas de “Navegando con el Iphone”.



Aprender de la experiencia de terceros

De las redes sociales obtendremos formación de las empresas y personas que vuelquen contenido en sus publicaciones 2.0. Será la información expuesta por cada marca sobre su catálogo de productos, sus novedades, sus investigaciones y sus ideas para la siguiente temporada.



Y por otro lado obtendremos la experiencia de otros usuarios que compartan sus opiniones sobre ese catálogo de productos que ha expuesto el fabricante, publicando comentarios, opiniones o artículos en sus propios "blogs" o en los "blogs" de terceros.

La palabra BLOG viene de las palabras "web" y "log" (diario). Se trata de una web que funciona como un diario, de forma que el autor publica artículos, textos

y comentarios propios y de otros autores, creando un hilo conductor por diversos temas que van siendo clasificados y ordenados por el creador del blog.

Cada vez hay menos webs estáticas que sólo publican información y crecen de forma exponencial las webs en formato blog con contenidos dinámicos y opciones para que los usuarios participen en la publicación y riqueza de sus contenidos. Además de las opciones de incorporar blogs en cada web, también se incluyen accesos a los espacios en Facebook, Twitter u otras redes para la divulgación de contenidos y la captación de seguidores y clientes.



Seguir en Twitter

Twitter es, en mi opinión, la red social de la que más no podemos aprender si tenemos inquietud por esta al día de novedades y noticias en cualquier ámbito. Es un concepto de red social muy sencillo. Simplemente se trata de compartir mensajes cortos para ser captados por los seguidores del usuario. Se basa en el concepto de "seguidores".

Actualmente tiene 175 millones de usuarios en todo el mundo. Para entrar en Twitter basta con ir a su página principal y darse de alta con un correo electrónico y una contraseña.

<http://twitter.com/>



Para darnos de alta, elegimos un usuario y una imagen para que nos vean nuestros seguidores o a los que seguimos. Y desde ese momento ya podemos comenzar a buscar a quien seguir y también a publicar contenidos para captar seguidores.

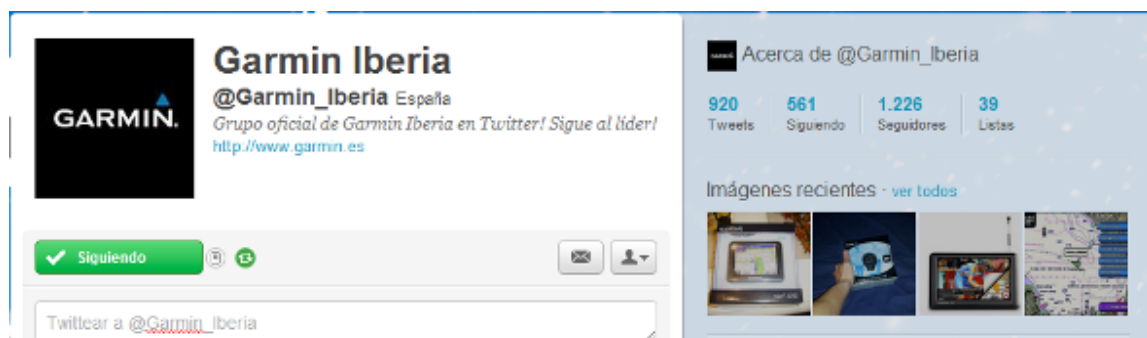
Una vez dentro ya podemos decir que somos "2.0", ya somos alguien. Nuestro identificador será el nombre de usuario elegido, antepuesto por una almohadilla (#) y la marca "twitter.com".

twitter.com/#JoseMariaSerra

Ahora ya podemos lanzar mensajes y contenidos y comenzar a seguir a otros "twittereros". Los mensajes lanzados se llaman "tweets" y deben tener un máximo de 140 caracteres.



Cuando elegimos a otro usuario de Twitter, después de buscarlo en la red, los tweets de ese usuario nos aparecerán en orden cronológico inverso, en la página principal de nuestro Twitter. Por ejemplo, si seguimos a 10 personas o empresas, veremos en nuestra página todos los tweets de estos diez usuarios, ordenados del más reciente al más antiguo, independientemente del usuario al que pertenecen. Si seguimos a alguien y queremos retransmitir un tweet a nuestros seguidores podemos hacerlo con lo que llamamos "retweet". No es nada más que una forma de mostrar a nuestros "fans" algo que hemos recibido de alguien a quien seguimos. También podemos hacer un "retweet" directamente desde muchas páginas webs y blogs que nos ofrecen esa opción.



Podemos buscar cualquier marca o cualquier producto del que queramos estar al día y recibiremos toda su información “dosificada en pequeñas dosis”.



Seguir en Facebook

Facebook es la red social más conocida en todo el mundo. En Noviembre del 2011 dispone de 800 millones de usuarios. También de obligada presencia para todas las empresas que quieran ser alguien en las redes sociales. Más compleja que Twitter y a su vez más difundida. Requiere también un registro y un alta de usuario, para poder relacionarse con otros usuarios y grupos.



Los conceptos básicos de Facebook son:

- **Lista de amigos:** Podemos agregar como amigo a cualquier otro usuario que tenga también cuenta en Facebook y acepte nuestra petición de "amistad". Una vez establecida la comunicación podemos comenzar a compartir información.
- **Grupos:** Un grupo es un conjunto de usuarios que comparten intereses comunes y publican contenido entre sus integrantes.
- **Páginas:** Orientadas a publicación de información, como si se tratara de una página web informativa normal, pero dentro de Facebook.
- **Muro:** es un espacio que dispone cada usuario para que sus "amigos" registrados le escriban mensajes, le envíen fotos u otro contenido.
- **Fotos y Videos:** Los usuarios pueden publicar sus fotos y videos, decidiendo si son visibles sólo para sus amigos o para cualquier usuario registrado.
- **Aplicaciones y Juegos:** Son añadidos que ofrece el propio Facebook para que los usuarios interactúen entre sí dentro de la enorme plataforma que dispone para los millones de usuarios registrados.



Otras redes sociales:

Existen otras redes sociales, como "Google+" de reciente creación del gigante que lleva su nombre. Es una de las redes que más ha crecido nunca, superando en pocos meses los 10 millones de usuarios. Su funcionamiento es prácticamente igual al de facebook.



Tuenti, es una red social con 12 millones de usuarios, también basado en el mismo concepto que las dos anteriores.



Ambas redes, Google+ y Tuenti, sólo permiten el acceso mediante una invitación de otro usuario ya registrado. De esta forma pretenden garantizar la calidad de los usuarios que la integran, de forma que todo usuario nuevo tenga ya un vínculo con otro antiguo miembro registrado.

No nos olvidemos que, tal y como ya expliqué en la anterior entrega, no hemos acabado de entrar en el mundo del 2.0 y ya tenemos que prepararnos para la llegada del 3.0. Dentro de poco nos sorprenderemos con sus novedades. Nos traerá, entre otras cosas, inteligencia artificial y búsquedas semánticas. Hasta ahora internet es sólo sintáctico. Ahora sólo lee las palabras que ponemos en la búsqueda, las suma y nos da resultados. Con el 3.0 Google nos entenderá. Le explicaremos lo que buscamos, nos entenderá semánticamente y nos dará la mejor respuesta. Es una evolución imparable. Ya no podemos esquivar subirnos a este tren tecnológico. Ya estamos subidos, y va a tal velocidad que no tiene ninguna estación donde parar y bajarnos. No nos queda otra que asumirlo, seguir la corriente y aprender.

José María Serra Cabrera
www.informaticaabordo.com
Capitán de Yate
Licenciado en Informática
Gerente DEINFO Servicios Informáticos