

Novática, revista fundada en 1975 y decana de la prensa informática española, es el órgano oficial de expresión y formación continua de **ATI** (Asociación de Técnicos de Informática), organización que edita también la revista **REICIS** (Revista Española de Innovación, Calidad e Ingeniería del Software).

<<http://www.ati.es/novatica/>>
<<http://www.ati.es/reicis/>>

ATI es miembro fundador de **CEPIS** (Council of European Professional Informatics Societies) y es representante de España en **IFIP** (International Federation for Information Processing); tiene un acuerdo de colaboración con **ACM** (Association for Computing Machinery), así como acuerdos de vinculación o colaboración con **AdaSpain**, **AIZ**, **ASTIC**, **RITSI** e **HispaniLinux**, junto a la que participa en **Prolinnova**.

Consejo Editorial
Ignacio Aguiló Sousa, Guillem Alsina González, María José Escalona Cuaremsa, Rafael Fernández Calvo (presidente del Consejo), Jaime Fernández Martínez, Luis Fernández Sanz, Dídac López Viñas, Celestino Martín Alonso, José Onofre Montes Andrés, Francesc Noguera Puig, Ignacio Pérez Martínez, Andrés Pérez Payeras, Viktu Pons i Colomer, Juan Carlos Vigo López

Coordinación Editorial
Llorenç Pagés Casas <pagues@ati.es>
Composición y autoedición
Jorge López Gil de Pinales

Traficaciones
Grupo de Lengua e Informática de ATI <<http://www.ati.es/gt/lengua-informatica/>>

Administración
Tomas Brunete, María José Fernández, Enric Camarero, Felioidad López

Secciones Técnicas - Coordinadores
Acceso y recuperación de la información
José María Gómez Hidalgo (Optinet), <jmgomez@optinet.es>
Manuel J. María López (Universidad de Huelva), <manuel.mar@di.esia.uhu.es>

Administración Pública electrónica
Francisco López Crespo (MAE), <floc@ati.es>

Arquitecturas
Enrique F. Torres Moreno (Universidad de Zaragoza), <enrique.torres@unizar.es>

Auditoría SITIC
Marina Tourinho Troilho, <marinatourinho@marinatourinho.com>

Derecho y tecnologías
Manuel Páez García-Suelto (ATI), <manuel@paez.com>

Informática y Filosofía
Isabel Hernando Collazos (Fac. Derecho de Donostia, UPV), <isabel.hernando@ehu.es>

Escienzeza Universitaria de la Informática
Cristóbal Pareja Flores (DSIP-UCLM), <cpajef@dsip.uclm.es>

Entorno digital personal
J. Angel Velázquez Irburbe (DLSI, URJC), <angel.velazquez@urjc.es>

Estándares Web
Enrique F. Torres Moreno (Universidad de Zaragoza), <enrique.torres@unizar.es>

Estándares de Información
Encarna Quesada Ruiz (Virati), <encarna.quesada@virati.com>

Gestión del Conocimiento
Juan Baiget Solé (Cap Gemini Ernst & Young), <juan.baiget@ati.es>

Informática y Filosofía
José Ángel Olivas Varela (Escuela Superior de Informática, UCLM), <josangel.olivas@uclm.es>

Informática Gráfica
Miguel Chover Sellés (Universitat Jaume I de Castellón), <chover@lsi.uji.es>

Ingeniería de Software
Javier Dolado Cosín (DLSI-UPV), <dolado@lsi.upv.es>

Inteligencia Artificial
Vicente Boti Navarro, Vicente Julián Inglada (DSIC-UPV), <{vboti,vinglada}@dsic.upv.es>

Interacción Persona-Computador
Pedro M. Latorre Andrés (Universidad de Zaragoza, AIPD), <platorre@unizar.es>

Lenguaje y Filosofía
Francisco J. Gutiérrez Vela (Universidad de Granada, AIPD), <fgutierr@ugr.es>

Lenguaje e Informática
M. del Carmen Ugarte García (ATI), <cugarte@ati.es>

Lingüística computacional
Oscar Belmonte Fernández (Univ. Jaime I de Castellón), <belfern@lsi.uji.es>

Mundo estudiantil y jóvenes profesionales
Federico G. Mon Troiti (RITSI), <gnu.fede@gmail.com>

Profesión Informática
Rafael Fernández Calvo (ATI), <rfoalvo@ati.es>

Referencias y servicios telemáticos
José Luis Marzó Lázaro (Univ. de Girona), <joseluismarzo@udg.es>

Robótica
José Cortés Arenas (Sopra Group), <jscortas@ati.es>

Seguridad
Javier Arellano Bertolin (Univ. de Deusto), <jarell@deusto.es>

Sistemas de Tiempo Real
Alejandro Alonso Muñoz, Juan Antonio de la Puente Alfaro (DIT-UPM), <{aalonso,jpunte}@dit.upm.es>

Software Libre
Jesús M. González Barahona (GSYC-URJC), <jgib@gsyc.es>

Tecnología de Objetos
Jesus García Molina (DIS-UM), <jmolina@um.es>

Tecnologías para la Educación
Juan Manuel Dodero Beardo (UC3M), <ddodero@inf.uc3m.es>

Tendencias tecnológicas
Alonso Álvarez García (TD), <aal@tid.es>

TIC y Turismo
Andrés Aguayo Maldonado, Antonio Guevara Plaza (Univ. de Málaga), <{aguayo, guevara}@fcc.uma.es>

Las opiniones expresadas por los autores son responsabilidad exclusiva de los mismos.

Novática permite la reproducción, sin ánimo de lucro, de todos los artículos, a menos que lo impida la modalidad de © o copyright elegida por el autor, debiéndose en todo caso citar su procedencia y enviar a **Novática** un ejemplar de la publicación.

Coordinación Editorial, Redacción Central y Redacción ATI Madrid
Padilla 66, 3º, dcha, 28006 Madrid
Tlfm. 914029391; fax. 913093685 <novatica@ati.es>

Composición, Edición y Redacción ATI Valencia
Av. del Plan de Valencia 23, 46005 Valencia
Tlfm. 963740173 <novatica_prof@ati.es>

Administración y Redacción ATI Cataluña
Via Laietana 46, ppal. 1º, 08003 Barcelona
Tlfm. 934125235; fax. 934127713 <secretgen@ati.es>

Redacción ATI Aragón
Lagasca 9, 3-B, 50006 Zaragoza
Tlfm. 978235181 <secretara@ati.es>

Redacción ATI Andalucía
Lagasca 9, 3-B, 50006 Zaragoza
Tlfm. 978235181 <secretara@ati.es>

Redacción ATI Galicia
Lagasca 9, 3-B, 50006 Zaragoza
Tlfm. 978235181 <secretara@ati.es>

Subscripción y Ventas
novatica.subscriptions@atinet.es

Publicidad
Padilla 66, 3º, dcha, 28006 Madrid
Tlfm. 914029391; fax. 913093685 <novatica@ati.es>

Imprenta: Derra S.A., Juan de Austria 66, 08005 Barcelona
Depósito legal: B 15.154-1975 -- ISSN: 0211-2124; CODEN NOVATEC

Portada: Fuente en el cielo - Concha Arias Pérez / © ATI

Diseño: Fernando Agresta / © ATI 2003

editorial

Redes Sociales: ¿El problema está en la solución? > **02**

Actividades de ATI

El departamento TIC del Futuro. Una reflexión en la 1ra edición del encuentro ATI-SIMO Network: FORO Profesional TIC > **03**

Dídac López Viñas

Foro Profesional TIC: "El papel de la mujer en la profesión TIC" > **04**

Maribel Sánchez Segura, Fuensanta Medina Domínguez

noticias de IFIP

Asamblea General de IFIP > **06**

Ramon Puigjaner Trepal

en resumen

Bases y evolución del fenómeno participativo en la Red > **06**

Llorenç Pagés Casas

monografía

Redes sociales y multicanalidad

Editores invitados: Encarna Quesada Ruiz y Jose Carlos del Arco Prieto

Presentación. El presente y el futuro de los medios sociales > **07**

Encarna Quesada Ruiz, Jose Carlos del Arco Prieto

La especialización en Social Media

Selva María Orejón Lozano, María Martínez Lorman, Carlos Gutiérrez Sánchez

Buscadores sociales: por qué las redes sociales están ligadas a los motores de búsqueda > **11**

Fátima Muñoz Peribáñez

El valor está en los datos > **13**

Genis Roca Verard

Más allá del CRM y el ERP: Los Enterprise Conversation Planners (ECP), el futuro Software 2.0 de gestión empresarial > **18**

Joaquín Peña Siles

Política 2.0 > **23**

Antoni Gutiérrez-Rubi

Avances tecnológicos en la protección del menor en redes sociales > **28**

José María Gómez Hidalgo, Andrés Alfonso Caurcel Díaz

secciones técnicas

Estándares web

Modelos de características para la gestión de la variabilidad en las perspectivas de los Procesos de Negocio > **36**

Clara Ayora Esteras, Victoria Torres Bosch, Vicente Pelechano Ferragud

Lingüística computacional

Técnicas de procesamiento del lenguaje natural en la Recuperación de Información > **42**

Pablo Gamallo Otero, Marcos García González

Referencias autorizadas > **48**

socios de ATI

Colaboración en la Red

Convocatoria de un test colaborativo de OpenMeetings en los foros de ATI: Resultados obtenidos > **54**

José A. Navarro

sociedad de la información

Certificaciones de calidad

Evaluación y mejora de la calidad de los sistemas de información en España > **57**

Emanuel Irrazábal, Javier Garzás Parra

asuntos interiores

Coordinación editorial / Programación de Novática / Socios Institucionales > **61**

Encarna Quesada Ruiz¹, Jose Carlos del Arco Prieto²

¹Responsable de Comunicación Online y Medios Sociales en Virati; ²Consultor en Social Media; ^{1,2}Coordinadores de la sección técnica "Estándares web" de *Novática*

<encarna.quesada@virati.com>, <jcarco@gmail.com>

La extraordinaria popularidad y atractivo con el que las plataformas sociales se han introducido en la vida de millones de personas, nos hace pensar que estamos ante una gran revolución digital que trae consigo el nacimiento de novedosos mecanismos de comunicación que ofrecen a los usuarios entornos donde compartir, interactuar, dialogar y actuar, convirtiéndose en ejes centrales de la interacción digital.

Todavía más sorprendente es analizar cómo las empresas se han visto abocadas a gestionar sus marcas y promover sus productos y servicios en estas plataformas sociales, desarrollando estrategias centradas en la comunicación a través de redes sociales, frecuentemente con una gran falta de seguridad en lo que hacen, y de conocimiento en relación al papel que los medios sociales están jugando en su posicionamiento en el mercado.

La educación, el marketing, la política, la medicina y muchas otras disciplinas se introducen de forma progresiva en el mundo de los medios sociales, estableciendo un diálogo con usuarios y clientes, que quieren y exigen un mayor nivel de transparencia y comunicación por parte de empresas y organismos. Estamos en una era en la que los medios sociales deben considerarse una parte importante de la comunicación, pensados para construir y mantener relaciones con una gran variedad de actores.

Con la idea de poder cubrir algunos de los aspectos mencionados previamente, pero con la certeza de que quedan muchos otros por abordar, esta monografía ha recogido la experiencia y puntos de vistas de expertos en diferentes áreas dentro de los medios sociales.

La visión de AERCO (Asociación Española de responsables de comunidad y profesionales social media) a través de **Selva María Orejón Lozano, María Martínez Lorman y Carlos Gutiérrez Sánchez** nos permite conocer cuáles son y cómo funcionan los nuevos mecanismos de comunicación en un entorno dinámico, cambiante, rápido y donde los usuarios son cada vez más participativos, obligando de esta forma a que las empresas tomen parte activa en la gestión de su reputación, las cuales, hasta hace unos años, utilizaban una comunicación unidireccional, que ahora se ven obligadas a cambiar hacia un diálogo bidireccional, donde se debe escuchar y también responder.

Presentación. El presente y el futuro de los medios sociales

Editores invitados

Encarna Quesada Ruiz es especialista en Comunicación Digital y Estrategia de Marca. Actualmente es Responsable de Comunicación Online en Virati, Agencia de Comunicación Interactiva. Anteriormente fue Directora de la Oficina Española del W3C (*The World Wide Web Consortium*), donde centró su trabajo en la divulgación de las tecnologías del W3C dentro de la comunidad hispano-hablante. Licenciada en Sociología y especializada en Sociedad de la Información, Encarna ha trabajado en las áreas de internacionalización y globalización durante varios años en empresas multinacionales de gran peso dentro del mundo de la tecnología. Es coordinadora de la sección técnica "Estándares Web" de *Novática* desde su creación.

Jose Carlos del Arco Prieto es Ingeniero Técnico en Informática por la Universidad de Huelva, habiendo desarrollado su carrera profesional en diversas compañías del sector TIC, especializándose en el campo de las arquitecturas orientadas a servicios (SOA). A nivel académico ha promovido conferencias como las JSWEB, ha sido miembro del Comité Científico de la CEDI' 07 y Secretario del Encuentro "University 2.0" en las dos ediciones organizadas por la Universidad Internacional Menéndez y Pelayo. Co-autor de diversas publicaciones sobre comunicación 2.0. Ha colaborado con diversas universidades en la articulación de Planes de Acción sobre Universidad 2.0. Ha sido además co-Presidente del Comité de Programa de las JCIS 2011, co-organizador de las Jornadas "Huelva 2.0" y del Taller "Empresa 2.0" en la Cámara de Comercio de Sevilla. Recientemente ha desempeñado labores de asesoramiento en campañas electorales en materia de Política 2.0. Actualmente participa en el desarrollo de la estrategia de comunicación 2.0 para diversas organizaciones y co-dirige el curso de especialización en Comunicación 2.0 y Redes Sociales de la Universidad de Huelva (UHU). Ha sido co-organizador del congreso nacional E20biz sobre Empresa 2.0 y Social Business. Es coordinador de la sección técnica "Estándares Web" de *Novática*.

De esta forma, aparecen nuevos perfiles profesionales, como es el del conocido *community manager*, una figura que se hace imprescindible actualmente en las empresas. Pero ¿por qué nace esta necesidad de comunicación desde la empresa? AERCO nos cuenta qué ha sucedido en los últimos años con la marca y la comunicación en las empresas.

Tras entender los cambios producidos en los últimos años en relación a la comunicación de la empresa y los valores de marca, surge la necesidad de ir más allá y conocer de la mano de **Fátima Muñoz Peribañez**, la importancia del posicionamiento de las empresas en los canales *online*, así como comprender el poder que los contenidos volcados en las plataformas sociales tienen en relación al posicionamiento de las marcas. Surgen nuevas necesidades como es la creación de poderosas estrategias de marketing unificadas que trabajen el posicionamiento de las marcas en los buscadores y plataformas sociales.

Siguiendo en esta línea, **Genís Roca Verard**, nos muestra el gran valor de los millones y millones de datos que se mueven e intercambian en estas plataformas sociales. La interacción a través de la web genera

datos. Datos de gran valor ya que aportan información crucial para aquellos que los recogen y analizan.

Las redes sociales han conseguido crear el entorno perfecto para que los usuarios aporten información sensible sobre infinidad de aspectos relacionados con intereses, valores, aficiones y mucho más. Esta información crea una gran base de datos, que muchas empresas están generando a través de sus campañas y acciones en canales sociales como Facebook, Twitter, Youtube, Flickr, entre otros, olvidando la importancia que su recopilación y análisis tiene para ellas.

Hasta aquí se abordan los aspectos más externos de la comunicación en medios sociales, pero no hay que olvidar lo que está ocurriendo internamente en las empresas en relación a las redes sociales. **Joaquín Peña** analiza las redes sociales desde el interior de la empresa, desde la red social corporativa, poderosa herramienta de gestión del conocimiento y de creación de cultura empresarial, cuyo potencial se ve mermado por la existencia de ineficiencias dentro de las organizaciones, lo que dificulta enormemente la gestión eficaz del conocimiento, una potente herramienta de crecimiento para la empresa. Conocer

esas ineficiencias dentro de la empresa, permite implementar sistemas basados en plataformas de empresa 2.0 que ayudan a solventar los actuales problemas que sufren las empresas en la gestión de sus recursos y de su conocimiento.

Las redes sociales no son sólo asunto de empresa y consumidores, también las encontramos en una de las áreas más complejas de las relaciones sociales, la política. **Antoni Gutiérrez-Rubí** aborda la temática de las redes sociales en relación a la política y su conexión con los ciudadanos. Una nueva política denominada “política 2.0”, que parece favorecer el activismo gradual en sus diversas modalidades, y que obliga a nuevos desarrollos políticos con grandes posibilida-

des: la nueva comunicación, un modelo de organización más horizontal orientado a la acción y la creación del talento colectivo. ¿Se trata de una política mejor, más cercana, más participativa pero más exigente?

La evolución de la web, las nuevas redes sociales, la comunicación a través de múltiples canales tiene por supuesto muchos aspectos positivos pero también existen riesgos asociados a esta gran circulación de datos. **José María Gómez Hidalgo** y **Andrés Alfonso Caurcel Díaz**, analizan los principales riesgos y amenazas relacionadas con la privacidad y seguridad de los menores en estas nuevas redes sociales. El acoso, la pornografía, la pedofilia y la ciber-adicción, son aspectos que muchas veces se olvidan pero que cada vez,

de forma más frecuente, muestran ese lado oscuro de algo que se mueve rápidamente, crece y necesita de medidas proactivas que protejan a los menores en su interacción diaria, permitiendo crecer y conocer desde la protección.

Todos estos autores nos muestran interesantes perspectivas de tan sólo un pequeño trozo de la gran red en la que nos encontramos inmersos, la cual seguirá creciendo y extendiéndose de forma progresiva y rápida. En esta maraña de información, el conocimiento de lo que manejamos desde el lado del ciudadano, consumidor o usuario, empresa u organismo, político o votante, y así una infinidad de roles, se hace imprescindible para movernos con seguridad.

Referencias útiles sobre “Medios sociales y multicanalidad”

A continuación se proporcionan algunas referencias que, junto con las pertenecientes a cada uno de los artículos, ayudan a los lectores a profundizar en los temas tratados en esta monografía permitiendo obtener información actualizada.

Publicaciones

- **AERCO-PSM.** *Community Manager: Gestión de comunidades virtuales* (colección de 26 artículos de diversos autores en 196 páginas). <<http://www.aercomunidad.org/publicaciones/gestion-de-comunidades-virtuales/>>.
- **Andrew McAfee.** *Enterprise 2.0: New Collaborative Tools for Your Organization's Toughest Challenges*. Harvard Business Press, 2009. ISBN-10: 1422125874.
- **Antoni Gutiérrez Rubí.** La política vigilada. La comunicación política en la era de Wikileaks. *Editorial UOC, Colección: Manuales nº205*, 2011.
- **Antonio Fumero, Genis Roca.** *Web 2.0*. Fundación Orange, 2007. <http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/WEB_DEF_COMPLETO.pdf>.
- **Brian Solis.** *Engage!: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. Wiley, 2011. ISBN-10: 1118003764.
- **Charlene Li.** *Open Leadership: How Social Technology Can Transform the Way You Lead*. Jossey Bass, 2010. ISBN-10: 0470597267.
- **Erik Qualman.** *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business*. Wiley, 2010. ISBN-10: 0470638842.
- **Fernando Polo, Juan Luis Polo.** *#socialholic: Todo lo que necesitas saber sobre el marketing en medios sociales*. Gestión 2000, 2012.

- **IBM.** *Social Media Analytics. Turning the buzz into an impactful part of your marketing mix*, 2011.
- **Manuel Castells.** *Comunicación y Poder*. Alianza Editorial, 2009. ISBN: 9788420684994.
- **ONTSI.** *Las redes sociales en Internet*, 2011. <<http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudios-informes/estudio-sobre-el-conocimiento-y-uso-de-las-redes-sociales-en-espa%C3%B1>>.
- **The Cocktail Analysis.** *IV Oleada Observatorio Redes Sociales: Las marcas empiezan a encontrar límites*, 2012. <<http://teanalysis.com/blog/posts/las-marcas-empiezan-a-encontrar-limites-en-la-utilizacion-de-las-redes-sociales>>.

Enlaces web

- **AERCO-PSM.** <<http://www.aercomunidad.org/>>.
- **Antoni Gutierrez Rubí.** <<http://www.gutierrez-rubi.es/>>.
- **Brian Solis.** <<http://www.briansolis.com/>>.
- **Business 2 Community.** <<http://www.business2community.com/>>.
- **Genbeta Social Media.** <<http://www.genbetasocialmedia.com>>.
- **Genis Roca.** <<http://www.genisroca.com/>>.
- **Jeremiah Owyang.** <<http://www.web-strategist.com/blog/home/>>.
- **Marketing Directo.** <<http://www.marketingdirecto.com/>>.
- **Marketing Político en la red.** <<http://blog.marketingpoliticoenlarede.com/>>.
- **Mashable.** <<http://mashable.com/>>.

- **Read Write Web.** <<http://www.readwriteweb.com/>>.
- **Seth Grimes.** <<http://breakthroughanalysis.com/>>.
- **Social Business News.** <<http://www.socialbusinessnews.com/>>.
- **Social Media Examiner.** <<http://www.socialmediaexaminer.com>>.
- **Social Media Explorer.** <<http://www.socialmediaexplorer.com/>>.
- **Social Media Today.** <<http://socialmediatoday.com/>>.
- **Zyncro Blog.** <<http://blog.zyncro.com/>>.

Congresos/Eventos

- **Conferencias E2CONF.** <<http://www.e2conf.com/>>.
- **Congreso de Empresa 2.0 y Social Business.** <<http://www.e20biz.es/>>.
- **Congreso Web.** <<http://congresoweb.es/>>.
- **EBE 2012.** “La gran cita de la web social en habla hispana”. <<http://eventoblog.com/>>.
- **II Congreso Internacional en Comunicación Política.** Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas Electorales (ALICE), 2013. <<http://www.alice-comunicacionpolitica.com/congresos.php>>.
- **OMExpo.** <<http://news.omexpo.com/>>.
- **Social Media Week.** 18-22 de febrero de 2013 en 11 sedes simultáneas: Copenhague, Doha, Hamburgo, Lagos, Miami, Milán, Nueva York, París, Singapur, Tokyo y Washington DC. <<http://socialmediaweek.org/>>.
- **Web. La conversación.** <<http://weblaconversacion.com/>>.