

papeles infonomía

Las ideas que van a contar para las personas que van a contar

La productividad post-Solow

Tiempo estimado de lectura 45 minutos

- | | |
|---|---|
| "Tecnologías sensitivas"
"Sentient computing" | 4 Las ideas fuerza de Infonomía
Alfons Cornella |
| Cuartetos de Mozart con menos de cuatro solistas:
la productividad post-Solow | 5 Knowledge Energy
Alfons Cornella |
| Talón de aquiles digital | 8 Leyes informacionales
Alfons Cornella |
| | 9 Desconecta
Laura Rosas |
| Conocimiento estructural sobre la tecnología | 11 Infonomía Aplicada
Miquel Àngel Prats |
| Who is really who | 12 Directorio de Innovadores |
| ¿En qué punto "respetar las normas de la casa" significa
quebrar mis propios principios? | 14 Las afinidades electivas
Ramon Bori |
| | 17 Vitaminas Mentales
Laura Miñano |
| | 18 Herramientas útiles
David Ramón |
| Andreu Veà entrevista a Larry Landwebwer, cartógrafo y
difusor de Internet | 20 La historia oculta...
Andreu Veà |
| Educamedia. Formación online | 23 Micro casos prácticos
Laura Miñano |
| El internauta políticamente indeciso | 26 Infonomía aplicada
David Boronat |

Edita:

Zero Factory, S.L.

Av. Icaria, 205-207, 2º 1ª

08005 Barcelona

Tel. +34 93 224 01 50

Fax. +34 93 225 19 81

Alfons Cornella

Presidente

Papeles de Infonomia

(revista mensual)

D.L.=B.1817-2002

Laura Miñano

Editora

lm@infonomia.com

www.infonomia.com

**Sinapsis conocimiento y
comunicación S.L.**

Diseño y maquetación

www.sinapsis.es

Tel. +34 93 274 41 56

Edición para uso personal. Queda prohibida la redistribución, copia o cesión, total o parcial, de la información contenida en este documento, incluyendo: textos, diseño gráfico, imágenes, índices u otros análogos o similares. La contravención de esta nota de copyright puede comportar la aplicación de las sanciones establecidas en el Código Penal, la Ley de Propiedad Intelectual, la Ley de Marcas y la Ley de Competencia desleal.

La historia oculta a través de sus personajes

por **Andreu Veà**

■ Entrevista a Tim Berners-Lee, Director del WWW Consortium W3C

■ Entrevista a Robert Cailliau CERN, co-desarrollador del WWW junto a Tim Berners-Lee

■ Entrevista a Stephen Crocker, Creador del primer protocolo de ARPANET y del NCP

■ Entrevista a Donald M. Heath, President-CEO of the Internet Society

Been Seduced?

por **David Boronat**

■ El internauta políticamente indeciso

e-mpresa e.volucionada

por **Ángel L. Arbonies**

■ Más allá del aprendizaje: evolucionar con el entorno

Qubit

por **Jose Ignacio Latorre**

■ El linux de Suse, Novell e IBM

Reflexiones Educativas...

por **Miquel Àngel Prats**

■ Conocimiento estructural sobre la tecnología

Unstable

por **Interactors**

■ La web semántica y tú

■ El negocio del software libre

Persona Empresa y Sociedad

por **Josep M. Lozano**

■ Made in...

Red Pública

por **Roc Fages**

■ Avanzar con el ciudadano

Penélope y Ulyses

por **Fabio Tropea**

■ Qué perdemos, qué ganamos: las nuevas tecnologías de la comunicación, entre experiencia y conocimiento

InfoVis

por **J.C. Dürsteler**

■ PowerPoint ¿tema o bendición?

■ BAM!

Libros o Velocidad

por **Paco García**

■ Frankfurt 2003: Luces y Sombras

Aprendiendo en la práctica

por **Sergio Vasquez Bronfman**

■ Análisis del caso Nancy and Sam

■ Más sobre micromundos

i-desastres

por **Josep Cobarsi**

■ Desarrollo de sistemas de información: ingredientes para el desastre

Viviendo entre pantallas

por **Luis Villa del Campo**

■ El mundo real como interfaz

Ke! Knowledge Energy

por **Alfons Cornella**

■ Cambiar la empresa: una jornada de trabajo en Donosti

■ Pero, ¿cuánta información se produce en el mundo cada año?

■ Cuarteros de Mozart con menos de cuatro solistas: la productividad post-Solow

Unos papeles diferentes

Me complace presentar un nuevo diseño, más profesional y navegable, de estos *Papeles de Infonomía*. A punto de cumplir los 20 números, hemos decidido sintonizar la calidad de nuestros contenidos con la del diseño. Respondemos así a la situación paradójica, comentada por muchos lectores, de que el “continente” no hacía justicia al “contenido”. Los Papeles parecían más una *Hoja Parroquial* que una revista de *inteligencia profesional* (aunque, en realidad, una de las inspiraciones utilizadas para diseñarlo fue el *Bulletin de la American Society for Information Science and Technology*).

A pesar de que nacimos en digital, la revista en papel ha cumplido una función esencial: *sintetiza* lo mejor que hemos hecho a lo largo del mes y permite ir al grano de las mejores ideas (recuérdese que el “tiempo estimado de lectura” de la revista es de 45 minutos, justo el tiempo de vuelo de un puente aéreo Barcelona-Madrid).

Papeles va a experimentar transformaciones más sutiles y profundas en los próximos meses. Nuestro objetivo es convertirla en la revista de referencia para los profesionales inquietos, dinámicos, transformadores del país. Y eso exigirá también, quizás, un cambio de nombre. Veremos esta transformación hacia la revista con “las ideas que van a contar, para las personas que van a contar”, en los próximos meses.

Cambio de diseño, futuro cambio de nombre, mejores ideas, las mejores firmas. ¿Apuestas por ello? ¡Únete!

El resultado que tenéis entre manos se deriva del esfuerzo de muchas personas. Empezando por nuestros colaboradores, que hilvanan sus *Infonomías Aplicadas*, y culminando por los que han sido y son nuestros editores, Ramon Bori (hoy centrado en nuevos proyectos en Infonomia) y Laura Miñano, responsable actual de *Papeles*. ¡Gracias!

Finalmente, agradezco efusivamente el trabajo, profesional en ideas y en realización, del equipo de *Sinapsis* (www.sinapsis.es), y en especial, el de su director creativo, Mariano Drozd. ¡Buen trabajo!




Alfons Cornella
Fundador y Presidente de Infonomia.com








“Tecnologías sensitivas”

“Sentient computing”



Algunos pronostican que en un próximo futuro las máquinas no esperarán a que les digamos qué queremos que hagan, sino que éstas nos observarán (“sentirán”) permanentemente, y determinarán qué queremos o necesitamos que hagan en cada momento. Estas tecnologías que no “sienten” y “actúan” sin una orden expresa reciben el nombre de “sentient computing”, o tecnologías sensitivas  (*Economist*, 21/06/03). Son sistemas que se adaptan a nosotros, y no al revés.

Algunos ejemplos:

-  se abre la luz cuando entras en una habitación.
-  el móvil nos avisa cuando detecta que ha alguien conocido cerca.
-  el ordenador nos indica que ha llegado un correo de “alguien especial”
-  el televisor se conecta cuando nos sentamos en el sofá.
-  el televisor baja el volumen cuando el teléfono suena.
-  en casa, suena sólo el teléfono que tenemos más cerca en ese momento.
-  una PDA que reconoce que queremos usar la función teléfono cuando la llevamos a la oreja.

Un sistema de tecnología sensitiva consta de una red de “sensores” (nos localizan y nos ven)

y de “actuadores” (ejecutan una acción como consecuencia de su observación). Una combinación de visión artificial, detectores y mandos a distancia intuitivos o automáticos.


Algunos expertos creen que estaremos rodeados de estas tecnologías en unos cinco años. Será la realización concreta de la **promesa truncada** de la domótica, que hasta ahora sólo ha sido una realidad para unos pocos, quizás porque la tecnología era aún poco capaz y, sobre todo, cara.

También dicen que la evolución de la tecnología “dura” (tu debes hacerlo todo) a la “sensitiva” es el paso inevitable si los fabricantes quieren que sus productos no sean vistos como una mera commodity, algo cuyo único discriminante sea el precio, sino como una “experiencia”.

Finalmente, uno no puede evitar pensar en una situación a la Jacques Tati (www.tativille.com), en la que las máquinas de casa se rebelan, o, simplemente, no entienden tus acciones y comienzan a dispararse sin control. Eso por no decir de la sensación “gran hermano” que todo ello puede generar.

Más en www.uk.research.att.com/spirit, o en el Project Oxygen del MIT (oxygen.lcs.mit.edu), donde, además, hay una serie de videos instructivos sobre la cuestión oxygen.lcs.mit.edu/Overview.html.

.....

 **enlace en el artículo original**

Cuartetos de Mozart con menos de cuatro solistas: la productividad post-Solow

En 20 segundos

En este mensaje trataremos, por un lado la productividad como variable económica y, por otro, el impacto de las tecnologías de la información en el incremento de la productividad, concentrándonos en algunos sectores, y considerando la innovación en los procesos de empresa paralelamente a la innovación tecnológica.

En diversas ocasiones hemos comentado aquí que los economistas consideran la **productividad como la variable económica más relevante para el futuro de un país**. Y también hemos visto como el debate sobre el impacto de las tecnologías de la información en el incremento de la productividad enciende pasiones.

En este mensaje veremos cómo ese impacto existe, pero quizás concentrado en algunos sectores, que empezamos a verlo en el sector servicios, hasta ahora ajeno al mismo, y que sólo se consigue un impacto si a la innovación tecnológica en sí le acompaña una innovación en la organización de los procesos de la empresa.


La **productividad mide el output generado con un cierto input**. Para una empresa, se mide, por ejemplo, calculando la facturación por empleado (en rigor, esto es cierto si estamos hablando de una determinada productividad, la laboral, dejando de lado los demás factores de producción). Para un país, la productividad se mide, por ejemplo, dividiendo el PIB (producto interior bruto) por el número de personas empleadas, o por el número total de horas trabajadas en el período en consideración.

A la hora de la verdad, **lo importante no es la productividad en sí, sino el ritmo de su variación**. Lo que interesa es cuánto ha variado la productividad (ha crecido o ha disminuido) con

respecto al período con el que se compare (por ejemplo, el mismo trimestre de año anterior).

Los economistas nos dicen que un crecimiento de la productividad es una buena noticia. Señala que la economía puede crecer sin que aumente al mismo tiempo la inflación, lo que genera más riqueza, y, también (aunque quizás a la larga) más empleo.

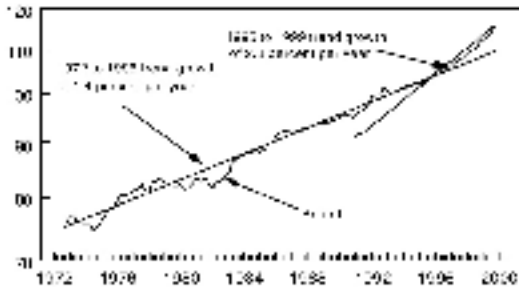
Pues bien, la gran pregunta de los últimos años (para algunos, de hecho, la gran pregunta de la “economía de la información”) es **si la inversión en tecnologías de la información realizada por las empresas contribuye a aumentar la productividad**. En términos estadísticos, lo que se busca es ver si hay correlación entre las inversiones en tecnologías de la información y la productividad.

Algunos señalan que tal correlación existe, y que el cambio de tendencia observado en 1995 con respecto al crecimiento de la productividad ilustra que existe, realmente, una **“nueva economía”**. Un gráfico histórico del Departamento de Comercio de los Estados Unidos así lo indica. 

Entre 1973 y 1994, la productividad tuvo un crecimiento anual promedio de sólo el 1.4% (un nivel tan bajo, comparado con el de los años 50 y 60, que los expertos denominaron a este fenómeno la **“paradoja de la productividad”**):

1 The Trend Rate of Nonfarm Productivity Growth Accelerated After 1995

(Based on BEA GDP report)



fuernte: www.esa.doc.gov/de2000.pdf

¿cómo puede ser que en el período de mayor inversión en tecnologías no se observe un crecimiento de la productividad?). Entre 1995 y 1999, el crecimiento anual promedio de la productividad fue de casi el doble, un 2.4%.

Pero la sorpresa viene ahora: durante 2002, fue del 4.8%, y en el segundo trimestre de 2003 fue del 7% (comparado con el mismo trimestre del año anterior), y en el tercer trimestre de 2003 ha sido del 8.1% anual. ¿Qué está pasando?

Primero, veamos con algo más de detalle qué parece que ocurrió en el período de la “nueva economía” (1995-2000). Y para ello tenemos la interesante información que procede del estudio que elaboró en su momento McKinsey, y que ahora Diana Farrell ha sintetizado para la *Harvard Business Review* (octubre 2003, p105). Sus principales conclusiones:

- Es cierto que la productividad aumentó anualmente más que en los veinte años anteriores.
- Pero el crecimiento **se debió al que hubo en 6 sectores** de los 59 más importantes de la economía norteamericana.
- Esos seis sectores representan sólo el 6% del PIB del país.
- Pero **concentraron el 76% del total del aumento de la productividad en la economía.**

Los seis sectores destacados fueron: comercio minorista, valores financieros, intermediación financiera, distribución, semiconductores, ensamblaje informático y telecomunicaciones.

Los seis sectores tenían dos factores comunes: son **intensivos en información** (se almacenan y transfieren grandes cantidades de datos), y están sometidos a **fuerte competencia**.

El estudio de McKinsey indica que, más que una correlación directa entre inversión en tecnologías de la información y aumento de la productividad, lo que se observa es que la **presión de la competencia en un sector fuerza a las empresas hacia la innovación** (en productos y procesos), que frecuentemente lleva a un aumento de la productividad.

Así, es la **innovación multiplicada por la tecnología, gracias a la presión de la competencia, lo que origina un aumento de la productividad.**


El artículo citado da unos cuantos ejemplos de cómo las tecnologías pueden ayudar a la hora de hacer **productos más atractivos y procesos más eficientes**. Lo primero aumenta el numerador de la productividad (añade valor), y lo segundo disminuye el denominador (reduce los costes).

Valgan dos simples ejemplos: terminales de selfservice en aeropuertos y hamburgueserías, o la banca electrónica para expulsar a la red los procesos de menor valor añadido.

Pídate tú mismo, tus Big Macs...
(según un concepto de Ideo.com)




En otra línea, un reciente artículo de J.E. Hilsenrath en el *Wall Street Journal Europe* (7-9/11/03 pA1) señala cómo empezamos a ver los efectos de las tecnologías de la información más allá del sector industrial. Los servicios comienzan a verse positivamente afectados.

Para ilustrarlo, comenta el denominado **síndrome de Baumol**. En los sesenta, este economista afirmó que el aumento de la productividad en servicios es menor que en la manufactura porque **requieren más actividad manual** de las personas. Para ilustrarlo, comentaba que la realización de un cuarteto de Mozart siempre precisaría de cuatro músicos, y que nunca podría hacerse en menos tiempo (o sea, que el output y el input en esta acción son invariables). 

En el artículo, escrito brillantemente contando una historia (en la tradición del WSJ), se empieza comentando cómo el próximo enero la **Compañía de la Opera de Brooklyn presentará una versión de las Bodas de Figaro en la que intervendrán sólo 12 músicos**, frente a los 35 que normalmente eran necesarios. Lo demás, un programa informático (musicians + machines).

¿Es, pues, el **fin del síndrome de Baumol**?

Posiblemente sí. Estamos viendo ya muchas aplicaciones de las tecnologías que van más allá de la mera **automatización de rutinas**, para llegar a la **augmentación de nuestras capacidades**. Sistemas de inteligencia artificial que ayudan a

decidir sobre la concesión de un crédito en pocos minutos, láseres que permiten a un cirujano oftálmico operar a varias personas en un mañana, o robots que siegan el césped  (Robomower) o aspiran la casa solitos (Trilobite).

Aportaciones de los lectores

Juanfran

Esto me recuerda el hecho de que, en muchas ocasiones, la rentabilidad de la formación llevada a cabo por uno mismo, viene dada mucho tiempo después de cuando uno la cursó. Es decir, uno invierte en algo, pero en base a oportunidades futuras, y no en base a un beneficio inmediato. Quizás pase lo mismo con la tecnología: exista una brecha temporal para amortizar las inversiones. Aunque, como siempre, la actitud será lo importante: la fe en hacer un curso, la fe en querer innovar.

jj.goni

¿por qué están las TIC tan diferenciadas del avance tecnológico? La economía es 60 % de servicios y en la industria el trabajo mayoritario es servicios. Leamos tecnología como de átomos y bits. Este incremento de productividad en los servicios tiene mucho más que ver con la introducción de sistemas de gestión integrados (datos) de información que con las redes. Sin lo primero, sólo servirían para hablar o mandar correos y no para transformar procesos. El software es la cenicienta. ¿Por qué será?

Manuel Gutiérrez

Una vez más Alfons da en el clavo. Además, debo alabar que haya centrado sus últimas reflexiones en la productividad. Parece que todo empieza a estar más claro, incluso para Solow :-)



2



3

Talón de Aquiles digital

Una de las paradojas más interesantes de las redes “libres de escala”, como el Web, es que presentan simultáneamente una gran *robustez*, o sea, tolerancia a los fallos aleatorios, y una gran *vulnerabilidad*, o sea, fragilidad ante ataques bien focalizados. Así, por ejemplo, simulaciones orientadas a investigar el comportamiento de Internet ante errores espontáneos de la red de routers, muestran que aunque el 80% de los nodos de la Red cayeran, el 20% permitiría que el conjunto siguiera funcionando con bastante normalidad (aunque más saturada, claro está).

Ello es así porque cuando una parte de la Red cae, el tráfico se redirige rápidamente por las partes en correcto funcionamiento. La razón última de la *robustez* o resistencia de una red libre de escala ante caídas aleatorias de parte de sus nodos, es que, si se trata de un fenómeno realmente aleatorio, las partes que quedan afectadas consisten probablemente en los nodos poco conectados, que son la mayoría, en lugar de los pocos centros que condensan conexiones con una gran cantidad de nodos (los que hemos denominado centros, o hubs).

Pero la cosa cambia si la caída es premeditada y afecta justamente a estos nodos centrales. Un puñado de hackers hábiles que ataquen nodos críticos de la red podrían llegar a paralizarla. Barabasi llega a afirmar en su *Linked* que “unos pocos bien entrenados crackers pueden destruir la Red en treinta minutos desde cualquier parte del mundo”.

La red es, pues, simultáneamente robusta y vulnerable.

Es curioso que, aunque los “antepasados” de Internet fueron diseñados justamente para evitar esa vulnerabilidad, la Red ha acabado convirtiéndose en una red libre de escala, con

una distribución de enlaces por nodo en ley de potencia. En efecto, cuando Paul Baran, de la RAND, recibió en los sesenta el encargo de pensar una red de comunicaciones que pudiera sobrevivir a un ataque nuclear, determinó que había tres tipos de redes principales:

- Centralizada: un gran nodo central desde el que salen todas las conexiones.
- Descentralizada: varios nodos importantes desde los que salen las conexiones.
- Distribuida: ningún nodo es más importante que los otros.



y concluyó que sólo la última, la distribuida, garantizaba la supervivencia en caso de ataque. Esta estructura era lo suficientemente “redundante” como para que, si algunos nodos caían, los otros mantuvieran la utilidad de la red (se podían encontrar rutas alternativas entre dos puntos cualquiera de la misma). Es la “topología más superviviente”.

Si la “Red” hubiera seguido siendo dirigida por los militares, como su embrión ARPANET, quizás hoy sería una red distribuida, robusta e invulnerable. Pero el dominio comercial de la Red ha tenido como consecuencia que se haya convertido en una red de nodos centrales desproporcionadamente más conectados que la mayoría de nodos. La consecuencia: vulnerabilidad, y, paradójicamente, no a un ataque nuclear, sino a un ataque de guerra informática.



Club de lectura gratuito donde puedes intercambiar libros y leer nuevos de una manera muy original.

www.bookcrossing-spain.com

Leogeo



Su lema: "best viewed with curiosity", síguelo. Experimenta, curiosidad, descubre. Un experimento de arte y comunicación muy interesante.

www.leogeo.com

Construcción de Instrumentos



Descubre como construir una zambomba, un silbato de piedra o una flauta de hueso. Instrumentos de toda la vida que podrás fabricar en tu propia casa.

www.es-aqui.com/payno/pral.htm

bzzzpeek.com



Descubre como ladra un perro en diferentes lenguas, o el sonido de las ambulancias de Inglaterra. Descubre las onomatopeyas de nuestra vida diaria en otros idiomas.

www.flat33.com/bzzzpeek/index1.html

Ofertas para Viajar



Si quieres irte de vacaciones próximamente no dudes en visitar esta bitácora que recoge diariamente las mejores ofertas para realizar cualquier tipo de viaje o estancia vacacional.

www.ofertasparaviajar.com

Wikipedia:Public domain image



Cientos de recursos de imágenes de dominio público. Imágenes históricas, imágenes de animales, plantas, gente, países, etc.

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



Conocimiento estructural sobre la tecnología



Miquel Àngel Prats

Diplomado en Magisterio, especialidad Filología y Licenciado en Psicopedagogía, Miguel Àngel Prats tiene una amplia experiencia en el campo de la enseñanza. Ha sido y es, desde 1992 profesor de Psicología, Informática y Nuevas tecnologías aplicadas a la educación en la Facultad de Psicología y Ciencias de la Educación Blanquerna de la Universidad Ramon Llull.

Cada vez se oye más el discurso que, para utilizar las TIC, no son necesarios conocimientos estructurales sobre cómo funcionan y de qué están formados cada uno de los aparatos digitales que nos rodean. Personalmente, creo que esta posición es errónea. Para llegar a ser autónomos, digitalmente hablando, es necesario disponer de una pequeña formación tecnológica al respecto.

“La facilidad de adquisición de los ordenadores produjo una verdadera proliferación de aparatos y, por consiguiente, la pregunta sobre el uso más productivo de éstos. Ya no se trataba sólo de utilizar los ordenadores para aprender. Se trataba de aprender “sobre los ordenadores”. De esta forma, el acento se ponía en enseñar a los estudiantes los componentes del hardware de los ordenadores. Y como las aplicaciones útiles no estaban claras ni disponibles, se les enseñaba a programar los ordenadores, usando BASIC. Se llegó a pensar que el conocimiento de la estructura de los ordenadores era sumamente útil, incluso imprescindible, para vivir en una sociedad informatizada, enseñando a los estudiantes las partes del ordenador, en la creencia de que el vocabulario implica conocimiento. Pero es un error creer que, si los estudiantes conocen las diferentes partes y funciones de un ordenador y del software correspondiente, comprenderán y serán capaces de usarlo (Jonassen, 2000). Poco a poco, nos hemos ido convenciendo de que el conocimiento estructural de los ordenadores ya no

es necesario, entre otras cosas, porque se puede usar sin conocerlo y, de hecho, los estudiantes lo utilizan sin instrucción previa alguna. Es más, la experiencia nos ha enseñado, afortunadamente, que lo aprendido sobre los ordenadores nada tiene que ver con la mejora educativa y que la memorización de los elementos del ordenador resulta intrascendente. La comprensión surge de la actividad significativa, no de la memorización.” Segovia, F. (2003): El aula inteligente. Nuevas perspectivas. Espasa, Madrid. p.115

Lo siento, pero esta vez seré un punto intransigente. Me voy a tomar la licencia de decir que estoy harto de oír que para utilizar las TIC no son necesarios unos mínimos conocimientos sobre cómo están formados los ordenadores o bien de qué partes consta.

Cada vez más, me encuentro con más usuarios desvalidos o desamparados en el momento que desean ir más allá que usar el ordenador como pura herramienta de trabajo o procesador de textos. En el momento, que cualquier individuo desea indagar e investigar curiosidades informáticas, es decir, instalar una tarjeta o bien configurar algún componente por él mismo, sin necesidad de pagar alguna que otra tarifa exagerada de instalación o configuración, tenemos un verdadero problema: la informática se vuelve dura, ingrata y desagradable. Y en muchos casos es por desconocimiento de cómo funcionan los

Es necesario un mínimo conocimiento estructural sobre tecnología para vivir de forma autónoma en una sociedad cada vez más digitalizada

ordenadores o los conceptos básicos como las unidades de medida informáticas.

Es la misma sensación que podemos tener cuando se nos pincha una rueda o tenemos alguna pana con el coche: nos quedamos en blanco sin saber qué hacer. Evidentemente, no podemos saberlo todo, esto está claro. No obstante, hubiera ido muy bien que en las clases de la autoescuela, nos hubieran enseñado mínimamente algunos conceptos básicos sobre motor y el sistema eléctrico del coche. Nada, sólo pido unas horas de temas prácticos y casuística necesaria para detectar y resolver yo mismo el problema. Al menos, tener claro el algoritmo o protocolo de acciones a realizar cuando algo no marcha o no se pone en funcionamiento.

Lo único que deseo expresar es que conocer las partes de un ordenador o bien entender cómo funcionan estructuralmente algunos aparatos electrónicos o digitales no tiene nada que ver con la memorización ni la baja significatividad de los conceptos. Conocer estructuralmente los aparatos digitales que nos rodean nos ayuda a ser más autónomos y a tener más criterio para comprar con más libertad de decisión, sin tener que recurrir desesperadamente al empleado informático de turno.

Conocer estructuralmente los aparatos digitales tiene que venir de la mano de la práctica. De la

buena práctica con buenos profesores. Montar y construir un ordenador desde cero con los alumnos puede resultar una actividad muy interesante para aprender sobre el conocimiento estructural de los ordenadores a la vez que una actividad altamente significativa.

Y aquí, nada tiene que ver la memorización.

Ahí van algunas direcciones interesantes para llevar a cabo dicha actividad:

www.linkses.com/programacion/montaje
www.eui.upsa.es
www.coloredhome.com

Y, por último, si alguien necesita adquirir un ordenador o bien si quiere información sobre puesta al día, en lo que a conocimientos tecnológicos se refiere, les sugiero que vayan a la siguiente dirección:

<http://dewey.uab.es/pmarques/paord20.htm>

Recordemos la máxima “..el saber nos hará libres”.



Ane Aguirre

Directora de Formación
BBVA

MI PRESENTE ES DIFERENTE ...En estos momentos, tras haber pasado tres años en BBVA como responsable de proyectos de gestión del conocimiento, he asumido la responsabilidad de dirigir el Área de Formación de BBVA. Somos las personas las que entendemos, creamos, hacemos, cambiamos, generamos, nos relacionamos,... y que por tanto, todos los esfuerzos dirigidos a hacernos “más competentes” en el sentido más amplio del término, son inversiones productivas. Tenemos mucho por aprender e innovar en este campo, empezando por considerar al profesional el verdadero protagonista de su proceso de aprendizaje y crecimiento. En eso estamos

OS PUEDO OFRECER Mucho interés por compartir experiencias en el mundo del desarrollo de habilidades, de experiencias en formación e-learning, de interrelación entre aprendizaje y tecnología, de las fórmulas para aprendizaje compartido, de centros de formación corporativos... Junto con el Área de gestión del conocimiento de BBVA, estamos profundizando en el concepto de “Formación Extendida”...

ME SEDUCE EL FUTURO La posibilidad de que las organizaciones evolucionen hacia contextos donde se estimulen aportaciones inteligentes que mejoren la vida en su interior y sean beneficiosas para el mundo exterior.

bio Estudié la carrera de empresariales e inicié mi carrera profesional como consultora, en KPMG Consulting, en el Área de Estrategia, Organización y en la última etapa, me fui especializando en temas de gestión del conocimiento/aprendizaje organizacional, campo en el que realicé diversos trabajos de investigación y consultoría.



Juan José Goñi Zabala

Director de Innovación y Proyectos Estratégicos
Ibermática

MI PRESENTE ES DIFERENTE Detrás de cualquier iniciativa de cambio y sobre todo si hay componentes tecnológicos que transforman los modos de hacer, se afloran en diferentes formas las expectativas, temores, capacidades y oportunidades de las personas. Los proyectos de innovación para orientarse hacia el posible éxito requieren del conocimiento del entorno humano y experiencial donde se han de insertar y donde tomarán formas diversas con su asentamiento.

Esta práctica se lleva a cabo a través del empleo de un MODELO DE CAPITAL INNOVACION. Este modelo permite diagnosticar previamente, interesándose por la transformación anticipada de las prácticas más críticas, para no rechazar propuestas de innovación que no por ser lógicas son más viables. Se trata de actuar de manera global sobre las personas, la organización y sus reglas, el conocimiento y aporte tecnológico y su encaje aportando valor en un mercado en transformación.

OS PUEDO OFRECER Compartir inquietudes y puntos de vista sobre la visión de la tecnología y su inserción social. Hablar de tecnología social en la empresa y en las comunidades culturalmente abiertas al cambio. Y más específicamente orientar el camino hacia una cultura innovadora sobre el sustrato personal y social.

ME SEDUCE EL FUTURO Sobre todo me parece interesante hablar y reflexionar sobre la velocidad y la dirección de los cambios. Ni es tanto como parece y no sabemos mucho sobre cómo y cuánto de rápido se cambia en las formas de pensar. La innovación es lo que queda después de haber cambiado, cuando se mira hacia atrás y apreciamos lo que hemos aceptado (mental y operativamente) como útil dentro de todo aquello que en su momento fue novedoso.

mis enlaces preferidos...

www.monografias.com

www.gestiondelconocimiento.com

¿En qué punto concreto respetar las “normas de la casa” significa quebrar mis propios principios?

Ventura Ruperti y Jordi Nadal son autores de *Meditando el Management*. Un manifiesto “hacia un management humanista lleno de pragmatismo” que se complementa con los seminarios basados en el libro (más en www.meditandoelmanagement.com).

Ramon Bori Me ha sorprendido la cita de Borges con la cual finaliza *Meditando el Management*: “El peor de los pecados es no haber sido feliz” ¿Cómo se inserta este aforismo en el mundo del management?

Jordi Nadal Algunas personas, una vez alcanzados determinados objetivos profesionales, buscan explicaciones que vayan más allá de lo que han conseguido hasta ese momento. Vivir no es proceso que se detenga al llegar a un estadio concreto de la vida (ni personal, ni profesional). Para quienes necesiten ver más lejos y más claramente, hay una frase hermosísima de Miguel Torga: “*Mientras no alcances, no descanses; de ningún futuro quieras sólo la mitad*”.

Ventura Ruperti Borges es un gran retratista del ser humano; sabe mostrarnos la esencia de muchas vidas en sus relatos. Este aforismo también es comprensible en el management, entre otras razones porque las cosas se han puesto de tal forma que la frontera entre vida privada y vida profesional se desvanece por instantes y a nadie le queda ya la opción de poder escindir la “felicidad privada” del “sufrimiento laboral”. El directivo actual sólo tiene la posibilidad de hacer de su vida en su conjunto –privada+profesional– un callejón sin salida vital o una vía de desarrollo personal. Y aunque las circunstancias pueden ser complicadas en un momento dado, sólo cada uno de nosotros es responsable de su propia felicidad a largo plazo.

Ramon Bori Profundicemos un poco más en el tema. En la actual coyuntura de inflación de libros de gestión, ¿cuál es vuestro mensaje diferencial?

Jordi Nadal Cada libro tendrá su propuesta. La nuestra es la de decir poco, pero que nos parece esencial. Queremos recordar el equipaje básico para llegar lejos, porque, para realizar esto en lo personal y profesional, hace falta un equipaje esencial, en el que no te distraigas con banalidades. Además, mucha gente con calidad humana está inquieta, porque nota que se necesitan habilidades y respuestas nuevas: dirigir cambia, porque hay un aroma de cambio que flota en la sociedad y en algunos colectivos, al menos, en las sociedades y personas más avanzadas en su grado de pensamiento y conciencia.

Ventura Ruperti Dirigir ayer equivalía a entender dónde se quería ir. Dirigir hoy implica, además, entender a quién se dirige, porque las personas que configuramos la sociedad del siglo XXI tenemos una visión de nuestras propias vidas y unas expectativas de nuestro entorno que plantean contribuir más, pero a cambio, también, de recibir más. Es una ecuación justa pero no exenta de complejidad, que requiere saber interpretar las señales que emite cada persona, descifrar su código intelectual y emocional... En síntesis, conocer el alma humana, el *alma de cada cual*.

Ramon Bori En el capítulo “*Liderar también sugiere amar*” presentáis una figura muy interesante para superar los puntos débiles de los esquemas organizativos actuales: el coliderazgo. ¿A más conocimiento, más liderazgo coparticipati-

“Nada de lo que hemos escrito es ficción, sino que tiene su base en muchas horas de vuelo, ya sea con tormenta o sol radiante”

vo o democrático? ¿Realidad o *wishful thinking*?

Jordi Nadal Sí, realidad claro, porque a más conocimiento disponible, menos es el que una persona sola puede abarcar. Además, dirigir en soledad es insostenible. Sólo puede gustarles a los directivos tipo rey absolutista, para quienes el otro no existe, puesto que ese “otro” no es visto más que como un instrumento. Si el otro existe, reclama un espacio, del que aprendemos y al que enseñamos, salvo en organizaciones enfermas.

Ventura Ruperti El coliderazgo reclama el permitir y fomentar que cada persona contribuya al avance conjunto de una organización, allí donde esa persona mejor pueda hacerlo. Esto

no está reñido con la existencia de un liderazgo global, muy arriba, no necesariamente compartido (aunque tampoco sería negativo que lo fuera. De hecho ya hay magníficos ejemplos prácticos en esa línea). Estilos de mando como el empowerment o el coaching proponen que los líderes de hoy desarrollen y promuevan sin temor a su gente; el coliderazgo además sugiere que esto se institucionalice, se “exija”, porque es algo demasiado valioso como para dejarlo en el terreno de “lo opcional”.

Ramon Bori Como apunta Ventura en el capítulo “Conversación”, ¿Hasta qué punto nos aparamos en la empresa como un ente supremo para desentendernos de los cortocircuitos que ocurren en su interior? ¿Cuál es nuestra parte

Ventura Rupert vruperti@mercurymergers.com

Licenciado y MBA por ESADE. Ha ocupado cargos de Dirección en empresas multinacionales tales como Agrolimen, Braun, Sanyo, Grundig y Grupo Planeta. Actualmente es socio consejero de Mercury Mergers, firma especializada en procesos de fusión y adquisición de empresas así como en management estratégico. Paralelamente, desarrolla actividades como coach ejecutivo y en formación para directivos.



Jordi Nadal jordi-nadal@telefonica.net

Licenciado en Filología Anglo-Germánica por la UB. Programa Dirección General en la EAE, Barcelona. Ha sido director de Desarrollo Corporativo del Grupo Editorial Plaza y Janés para España y América Latina, y director general del mismo grupo para esta área. Director académico del Centro de Estudios Avanzados de Edición Oxford Brookes University/Publish. Preside el Association of Bookseller and Publisher Training Organisations in Europe. Es profesor colaborador de la Escuela de Administración de Empresas (EAE) y codirector de Edición Global en Español en la UPF. En la actualidad es adjunto a dirección general en Ediciones Paidós.



de responsabilidad como individuos? Luego, ¿Qué podemos hacer?

Jordi Nadal Las personas que se escapan de su responsabilidad (individual, empresarial y, en definitiva, humana) no sólo están enfermas, sino que contribuyen a crear más enfermedad a su alrededor. Enterrar la basura no significa que se haya resuelto el problema de los residuos. Podemos ocultar los problemas o darles solución buscando las causas. El mundo se hace un espacio cada vez más denso (física, pero también virtualmente). Estamos más juntos, nos guste o no. Sin normas de convivencia, y sin compromiso personal y social, las patologías sociales sólo pueden crecer (aunque algunos quieran ser ciegos a ellas). Ni la historia ni las sociedades son cambiadas a mejor por avestruces. Todo lo que es insoportable acaba reclamando una solución, más tarde o más temprano.

Ventura Ruperti Cuando uno ha estado inmerso muchos años en el ámbito corporativo sabe que no siempre puede actuar como realmente le parece que debiera. Es una situación común y, hasta cierto punto, comprensible. Sin embargo, sólo hasta el límite que uno mismo se marque como ser humano actuando en el interior de una organización, que es una perspectiva mucho más comprometida que la de directivo (se es antes persona que ejecutivo...). Es decir, tendrá que responderse a sí mismo ¿dónde acaba la actuación de la empresa y empieza la mía?; ¿en qué punto concreto respetar las “normas de la casa” significa quebrar mis propios principios? Cuando uno se da de bruces con ese preciso punto, ha de tener claro en qué lado va a querer estar.

Ramon Bori Meditando el Management tiene un tono intimista e introspectivo. ¿En qué grado el libro es el resultado de vuestra madurez existencial, y no sólo profesional? O sea ¿Se tiene

que haber vivido para recibir su mensaje? ¿Cuál pensáis que va a ser su recepción entre los “jóvenes ejecutivos”?

Jordi Nadal Creo que hay muchas muestras de que los “jóvenes ejecutivos” quieren más que lo obvio y patéticamente simplificado. La realidad es compleja. Y las personas quieren respuestas sencillas (por más que sean parciales o no definitivas), pero no simples. Nadie que quiera desarrollarse como un ser humano en plenitud quiere ser tratado como un ser inmaduro. Es evidente que viene un tiempo de enormes tensiones sociales, económicas, humanas. Y muchas personas sólo lo van a poder comprender, contextualizar y -más o menos- solucionar si tienen un buen equipaje humano e intelectual. Nosotros buscamos a personas completas, en su complejidad y riqueza, porque los personajes caricaturizados son simplificadores. Y ése es un error espantoso, porque niega la pluralidad humana, su complejidad. Es hora de buscar sin cesar, con un cierto grado de alegría y con plena conciencia social. Empresa y sociedad están más cerca que nunca.

Ventura Ruperti Meditando el Management es fruto de muchas conversaciones, reflexiones a solas, alegrías y disgustos, éxitos y fracasos, actuaciones brillantes o desafortunadas. Ambos hemos sido directivos durante muchos años y, por vocación, lo seguimos siendo. Nada de lo que hemos escrito es ficción, sino que tiene su base en muchas horas de vuelo, ya sea con tormenta o sol radiante. Creo que un libro así no sería legítimo hablando desde una atalaya teórica o lejana de la realidad cotidiana en la agitada vida de la empresa. Y si hemos pensado que merecía el esfuerzo de escribir ha sido, sobre todo, por la convicción de que podría resultar útil para otras personas en nuestra misma tesitura. El trasvase de experiencia es uno de los mejores regalos que podemos ofrecer y recibir.

Título: Computer Viruses now 20 years old

Revista: *BBC News*

Fecha: 10 de Noviembre, 2003

Número de páginas: 2

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/3257165.stm>

Abstract: Esta semana se cumplen 20 años del primer virus informático que fue creado para testear la seguridad informática en la Universidad de Southern California. Fred Cohen, autor de este primer virus presentó los resultados de su investigación en un seminario de seguridad en Noviembre de 1983. Transcurridos 20 años desde entonces “los virus han pasado de ser una molestia a una amenaza constante”.

Título: Going the Distance with Telecom Customers

Autor: Adam Braff, William J. Passmore, Michael Simpson

Revista: *Mc Kinsey Quarterly*

Fecha: Número 4 del 2003

Número de páginas: 3

http://www.mckinseyquarterly.com/article_page.asp?ar=1356&L2=22&L3=77&srid=69

Abstract: En un momento en que las compañías telefónicas ya no pueden aspirar a incrementar geométricamente sus cifras de clientes, se impone un nuevo enfoque: maximizar el valor y la permanencia de los clientes que ya tienen. Esta técnica de management se denomina CLM o Customer Lifetime Management y se basa en el análisis de la información de la base de clientes para ofrecerles servicios en función de sus expectativas durante su “vida” como clientes de una determinada compañía de telefonía móvil.

Título: Broadcasters Seek Digital Rights

Revista: *The New York Times*

Fecha: 12 de Noviembre, 2003

Número de páginas: 2

<http://www.nytimes.com/financialtimes/business/FT1066565842326.html>

Abstract: La World Intellectual Property Organization (WIPO) está preparando una revisión de la convención de Roma que con fecha de 1961 regula los derechos de emisión por Internet y vía cable. Mientras la legislación en torno a la propiedad intelectual de la música se actualizó en 1996, la distribución de la transmisión digital y los derechos audiovisuales todavía no han sido adaptados a las TICs. Se replantean ahora diferencias transatlánticas en este tipo de legislación que tienen su origen en la propia convención de Roma.

Título: Sexing Up E-government

Revista: *BBC News*

Fecha: 3 de Noviembre, 2003

Número de páginas: 2

<http://newswww.bbc.net.uk/2/hi/technology/3228703.stm>

Abstract: El condado de Santa Clara, en pleno Silicon Valley, es un ejemplo de servicios públicos online. Su web data del 2001 y ya están en más de un millón de visitas diarias. La realidad es que detrás del site hay un esfuerzo por digitalizar el máximo número de trámites de la vida diaria de las personas basándose en ponerse en el lugar de éstas. Sin embargo, la parte más difícil para lograr este “atractivo” portal ha sido conseguir que los distintos departamentos colaboren entre sí.



X1

Busca de manera eficiente en tu ordenador la información que necesitas

Lycoris Desktop/LX Tablet Edition X1

Ahora, Linux en tu TabletPC

Productos relacionados:

Lycoris Linux

Alias StretchBook

Linux va afianzándose poco a poco en diferentes mercados, incluso en los más novedosos. Este es el ejemplo de los TabletPC, surgidos desde Microsoft, pero que van encontrando alternativas, en este caso, desde el mundo del Software Libre. Lycoris, una empresa que ha creado una distribución de Linux realmente atractiva y fácil de usar, ideal para usuarios más noveles, acaba de sacar al mercado una versión de su distribución de Linux, esta vez dirigido a los usuarios de TabletPC. De esta manera, si eres de los que ya pueden disfrutar de un TabletPC, podrás comprobar la potencia y versatilidad del sistema operativo Linux en tu aparato gracias a Lycoris. Además, si todavía no te has comprado ningún TabletPC y estás pensando en adquirir uno, esta misma casa pone a la venta un tabletPC de la casa Toshiba con esta distribución preinstalada. Además, el programa permite grabar directamente las grabaciones realizadas en un CD para poderlo escuchar posteriormente.

Cada vez disponemos de discos duros con mayor capacidad. Esto nos permite no tener que preocuparnos sobre la posibilidad de que no dispongamos de espacio para guardar nuestra documentación. Pero genera un nuevo problema: buscar la información. Seguramente te habrás encontrado con el problema de no encontrar un documento que buscabas, o perder mucho tiempo buscando un mensaje de correo electrónico que habías recibido y que necesitas con urgencia. Si bien Windows y los programas de correo electrónico disponen de herramientas de búsqueda, dichas herramientas no son nada efectivas, ya que no mantienen un archivo indexado de la información, lo que les hace tener que realizar las búsquedas en tiempo real, perdiendo una gran cantidad de tiempo. Además, no permite opciones avanzadas como la previsualización de la información, o la posibilidad de buscar por otros atributos. X1 es una excelente herramienta de búsqueda de información "interna". Y decimos interna porque está diseñada para facilitar el acceso a documentos o correos electrónicos guardados en nuestro ordenador. Para ello lleva un archivo indexado con la información, además de disponer de un entorno de búsqueda intuitivo y avanzado. De esta manera, buscar un documento o un correo electrónico es cuestión de segundos. Y si además nos permite hacer una previsualización del documento (es decir, poder ver el contenido de, por ejemplo, una hoja de cálculo Excel, sin tener que abrir el documento), pues la eficiencia está asegurada.

<http://www.infonomia.com/nettools/producto.asp?id=lycoris>

<http://www.infonomia.com/nettools/producto.asp?id=x1>



Royal MD 100 Media Destroyer

Destruye tus CD inservibles

¿Alguna vez te has parado a pensar la cantidad de información confidencial que acabas grabando en un CD, y que a veces lanzas a la papelera por haberse grabado mal? Una de las principales ventajas de este formato, que es su bajo precio y alta disponibilidad. Pero quizás todavía no hay una conciencia general de la información que destruimos, ya sea en formato papel o digital. Si en las empresas es cada vez más habitual disponer de un destructor de documentos, un dispositivo que destruye las hojas de papel que le pongamos, en un futuro muy cercano deberemos disponer de un destructor de CD. Y esto es lo que propone la casa Royal, con un dispositivo que nos permitirá destruir aquellos CD

<http://www.infonomia.com/nettools/producto.asp?id=royal>



Replay Radio

Lo que el vídeo digital es para la radio

Productos relacionados:

InOUT TV

Seguramente sabrás que en Internet hay multitud de estaciones de radio donde puedes escuchar exactamente la misma programación que emiten en la radio, pero desde cualquier ordenador conectado a la red. Además, existen también muchas nuevas estaciones de radio que funcionan únicamente en la Red. El producto que comentamos es ideal para aquellos usuarios que siguen habitualmente algunas emisoras de radio, pero no pueden estar “conectados” en ese momento para escucharlas. Y Replay Radio las grabará por él. Al igual que los videos digitales (como TiVO o InOutTV) que permiten la grabación de programas de televisión sin intervención del usuario, Replay Radio grabará automáticamente nuestras emisoras y programas de radio favoritos, las pasará automáticamente a MP3, para escucharlas posteriormente. Además, el programa permite grabar directamente las grabaciones realizadas en un CD para poderlo escuchar posteriormente.

<http://www.infonomia.com/nettools/producto.asp?id=royal>

Andreu Veà entrevista a Larry Landweber, cartógrafo y difusor de Internet

Lawrence H. Landweber es catedrático de ciencias informáticas en la Universidad de Wisconsin-Madison (EUA). Se licencia en Matemáticas por el Brooklyn College y es Doctor en Informática por la Purdue University (1967), tema que escogió para evitar dar clases de cálculo.

Sus proyectos más destacados en redes han sido: TheoryNet (1977), una temprana versión de correo electrónico destinado a teóricos de la informática; y la CSNET (1980-85), una red destinada a fomentar el uso del correo electrónico entre grupos de investigación informática de los EUA. Caldo de cultivo para que la NSF-Net fuera aceptada entre la comunidad de investigadores posteriormente. De talante emprendedor y gran organizador de equipos, ha sido miembro de la junta directiva de la University Corporation for Advanced Internet Development, (UCAID) semilla del proyecto Internet2.

Durante los últimos 20 años (desde 1982), ha jugado un papel destacado en el desarrollo de Internet. Gran dinamizador, es conocido entre la comunidad Internet, por haber creado la CS-Net (Computer Science Network). Por la que en 1981 recibió (de la NSF) una financiación de 5 millones de dólares para su desarrollo. Más tarde fue consejero de la National Science Foundation, durante la gestación y desarrollo de NSFNET. En los 80 promueve la instalación de las primeras conexiones entre los EUA, Europa, Asia e Iberoamérica y divulga la tecnología TCP-IP a lo largo y ancho de todo el mundo mediante sus conferencias. En 1995, fue elegido miembro de la ACM (Association for Computing Machinery) y Presidente mundial de la Internet Society.

Ha sido uno de los mayores activistas de Internet, con la virtud fundamental de preocuparse por aquellos países cuyo precario desarrollo tecnológico y

económico, cuestionaba la implantación de Internet. Persona muy discreta a quien nunca ha gustado la prensa y no suele conceder entrevistas, a menos que se le “asalte” en algún congreso de Internet.

Entrevista realizada en Madrid en Febrero de 1997 *

Andreu Veà ¿Cómo empezó su conocida contribución a la divulgación de Internet?

Larry Landweber A partir de 1983 organicé una serie de talleres de carácter informal que con el tiempo se consolidaron como la INET (International Networking Conference) y que desde 1992 constituyen las Cumbres mundiales de la Internet Society. Como vicepresidente de ISOC, fui responsable de promover multitud de talleres destinados a países en vías de desarrollo, que fueron y son claves en la formación de los pioneros y líderes locales en la implantación de internet en sus países de origen. Esta ha sido una de mis grandes preocupaciones, la expansión de la red a países no desarrollados, expansión que considero como una vía de reducción de desigualdades y de comunicación y comprensión entre los hombres.

Andreu Veà Como científico ha afrontado retos de naturalezas múltiples y complejas durante el nacimiento de la Red, pero ¿cómo definiría su forma de trabajar?

Larry Landweber Creo que mi filosofía entronca bastante con las peculiaridades de mis conciudadanos. Los neoyorquinos consideran las señales de tráfico como sugerencias. Yo soy de Brooklyn, y cuando me enfrento a un nuevo reto (sistema) intento averiguar qué funciona mal y

Landweber destaca por haber cartografiado el desarrollo de la Red, en sus primeros años bimensualmente (1991-1997)



Andreu Veà

y de ser, por tanto, responsable de los primeros mapas de conectividad

cómo solucionarlo, pero siempre mientras trato de trabajar en él, de acomodarme a su funcionamiento. Método que se asemeja bastante a la circulación por Nueva York. Creo que muchas partes de la sociedad no se verán afectadas por Internet y me refiero al sentido más amplio del término “afectar”.

Andreu Veà ¿Qué aspecto considera fundamental de Internet?

Larry Landweber Internet está cambiando el cómo nos interrelacionamos con nuestra sociedad. Las relaciones humanas han ido evolucionando, madurando a lo largo de miles y miles de años, y ahora resulta que la tecnología puede cambiarlo todo completamente y casi de repente.

Andreu Veà ¿Qué nos deparará el futuro? Alguna tendencia tecnológica.

Larry Landweber Es muy importante llevar Internet a las escuelas porque así ayudaremos a igualar a las personas y a los países en la próxima generación y a que exista una mejor comunicación entre ellas en todo el mundo, un mejor conocimiento de las diferentes culturas. Internet es una herramienta de comunicación humana fundamentalmente, por encima de sus aplicaciones comerciales o de cualquier otro tipo. Uno de los problemas de la raza humana es que las diferencias por falta de conocimiento y de comunicación a menudo degeneran en graves conflictos bélicos.

Camaleón:

m. coloq. con habilidad para cambiar de estrategia, adoptando en cada caso la más ventajosa.

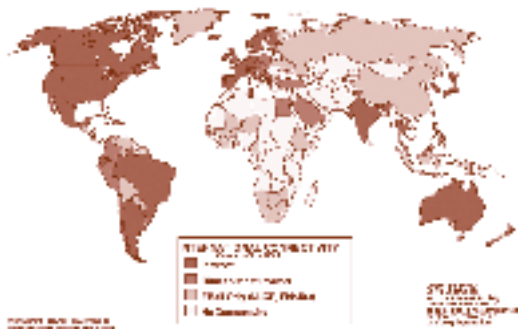
Espais Telemàtics
noves idees per a noves tecnologies

Aribau 175, 2n 2a 08036 Barcelona
Tel. 93 302 55 43 Fax 93 302 56 33
info@espaistelematics.com
www.espaistelematics.com



Entroncando con lo dicho anteriormente, creo que muchas de las cosas que resultan cotidianas actualmente no lo serán cuando nuestros hijos alcancen nuestra edad. Pero también me preocupa el aislamiento y la manipulación social que puede provocar la Red.

Larry Landweber Personalmente lo que más me apasiona de Internet2, incluso por encima de su potencial, es el proceso de creación.



Mapa de la conectividad mundial a Internet en 1991, realizado por Larry Landweber

Último Mapa de conectividad a Internet en 1997, realizado por Larry Landweber

Andreu Veà ¿Qué medidas preventivas deberíamos adoptar?

Larry Landweber Tenemos que establecer estándares de credibilidad y ser cuidadosos sobre aquello que leemos en Internet. Por otro lado, será muy importante forjar escudos que garanticen la privacidad individual. No podemos permitir que el gobierno, o bien cualquier entidad comercial, sea capaz de rastrear nuestras vidas; no importa el propósito. Por el lado positivo, esta tecnología nos brindará multitud de oportunidades. Tiene el potencial de acercar a la gente y de unirlos.

Andreu Veà ¿Cómo definiría su contribución al nacimiento de Internet2?

Provegno del campo de las matemáticas donde trabajamos con axiomas, hechos que sabemos verdaderos; pero me gusta abordar aquello que resulta nuevo y diferente y que va más allá de lo que la gente piensa que uno puede alcanzar.

.....

***** Aprovechando su ponencia en Mundo Internet 1997, y el Congreso INET'00 en San José. Utilizando también material de las revistas *On The Internet* (Marzo'96) y la entrevista que ofreció a www.cpuniverse.com en 1999.

Educamedia

Formación online





Educamedia (www.educamedia.com) es una plataforma de formación online a la empresa y tiene su origen en la experiencia y adaptación a las nuevas necesidades docentes del instituto de formación empresarial Esec (www.esec.net), en Sabadell.

La plataforma Educamedia surge de forma espontánea, buscando cubrir las necesidades de los clientes del instituto de formación continua Esec. El punto de inflexión es entorno a Enero del 2001, cuando un cliente demanda una acción formativa, para su empresa, con unas características muy concretas: se trataba de una gran empresa con un elevado número de trabajadores a formar, distribuidos geográficamente. Dadas las circunstancias, la empresa demandaba a Esec una solución creativa. Desde Esec respondieron diseñando una acción formativa que solucionaba estas necesidades mediante el uso de las TICs. Fue entonces cuando, en base al éxito de esta acción formativa, le fueron dando forma concreta a Educamedia y se plantearon que no era posible seguir adelante sin una plataforma online.

Educamedia en datos

Actualmente 350 personas del territorio Español están recibiendo formación telemática a través de la plataforma Educamedia. El soporte a la formación de estas personas lo realizan 4 formadores, 2 técnicos, 2 personas de gestión, 3 tutores y 4 personas elaborando contenidos.

Los cursos de formación de Educamedia se ciñen a cuatro áreas:

-  TICs
-  Recursos Humanos
-  Habilidades Directivas
-  Calidad y Medio Ambiente

Daniel Sanegre, director de operaciones, nos explica que el perfil de alumno de TICs es el que menos barreras de entrada presenta en lo que respecta a adaptación a la enseñanza online. Este aspecto lo observan en Educamedia con detalle y, de hecho, cada vez que se plantean un curso nuevo lo adecuan y lo hacen a medida de la empresa que lo demanda o de los estudiantes que lo cursarán. Como curiosidad, el área de TICs es también el tipo de cursos más demandados.

Claves del éxito en formación

Núria Aymerich, consejero delegado, y Daniel Sanegre, director de operaciones, coinciden en cuáles son los factores que hacen que Educamedia tenga tanto éxito formativo:

1. **La adaptación a las necesidades de las empresas.** Una plataforma de formación online con cursos estándar no funciona. Por eso en Educamedia apuestan por personalizar los cursos según las necesidades de la demanda.
2. **La calidad servicio que dan a los alumnos.** El ordenador es una herramienta que no puede sustituir la atención del profesor. Detrás de la interficie informática siempre hay un profesor que corrige las prácticas y da respuesta individualizada a los alumnos.
3. **El respaldo del Instituto de Formación Empresarial Esec.** El nivel de confianza de los clientes aumenta cuando se tiene detrás una em-

presa como Esec con 23 años de experiencia en formación empresarial.

4. La adecuación de la plataforma tecnológica. En Educamedia prima la funcionalidad sobre el diseño. La plataforma tecnológica está totalmente adecuada a la calidad de servicio que quieren dar.

Sobre los mitos de la educación online

Núria Aymerich, explica que un acierto de Educamedia ha sido el no haber regalado los cursos. "Si la formación se regala no se valora". Por otra parte, añade Aymerich, empresas de nuestra competencia están regalando formación como valor añadido. Sin embargo, cuando detrás de una determinada formación hay un servicio humano te resulta imposible regalarla, lo único que se puede realmente regalar es la autoformación, una información estática sin ningún servicio detrás.

Aymerich recalca que el futuro de la formación online es la calidad y el servicio. Para que sea así es necesario que se entienda que la formación telemática tiene unos costes. El contacto continuo con el profesor, el trato personalizado, la corrección de cada práctica, cada ejercicio... son

muchas horas que tienen un precio.

Para Aymerich y Sanegre las nuevas tecnologías bajan el coste de la formación en cuanto, por ejemplo, a la elaboración de contenidos -si en lugar de formar a 5 personas formas a 1000 personas- pero las TICs no bajan el coste del servicio que es lo que da la garantía de éxito y otorga valor añadido real.

Cuando finalizando la entrevista preguntamos a ambos sobre qué es lo que no harían si volvieran a empezar con Educamedia, ambos van mentalmente a sus inicios y recuerdan los 40 cursos estándar que prepararon para lanzar la plataforma. Un gran trabajo echado por la borda cuando más tarde en el sector de la formación online se empezó a demostrar la calidad de los cursos adaptados al cliente, apuesta a la que se sumó Educamedia.

Actualidad

Actualmente están integrados en el proyecto europeo E-lerco con países como Rumanía, Inglaterra, Italia, Francia... Y forman parte del equipo que junto a AENOR (www.aenor.es) definirán la ISO 9000 para elearning (www.iso.ch).



OFERTA ESPECIAL para miembros de Infonomia.com



MAS INFORMACION: www.u-company.com/lbcr/promo_lbcr.html



Fuente: www.educamedia.com

Núria Aymerich nuria@esec.net

Soy licenciada en Ciencias, Postgrado en Economía y Dirección de Empresas por la UAB y Postgrado en Ingeniería de la Información por la UPC. PADE por IESE. Tengo 23 años de experiencia en la formación continua a nivel empresarial y 4 años de experiencia en el diseño y dirección de la formación online. He presidido el sector de la formación continua de Cataluña durante 10 años y he impartido numerosos seminarios sobre calidad y formación continua. He publicado distintos artículos sobre la formación empresarial.



Mi experiencia en la educación online se cifiene a Educamedia. Junto a Daniel Sanegre hemos diseñado cómo tiene que ser una plataforma online y qué requerimientos formativos aseguran el éxito en la formación telemática.

Daniel Sanegre dani@esec.net

Estudí Administración y Dirección de Empresas en la UAB. Mi experiencia a nivel tecnológico e informático viene de hace 5 años al empezar un pequeño proyecto relacionado con las TICs. Desde hace cuatro años y medio me puse a desarrollar una idea de una plataforma de formación online. Entonces las casualidades de la vida hicieron que me encontrara con Núria Aymerich llevando dos temas con muchos puntos en común y empezamos a trabajar en equipo para diseñar la plataforma Educamedia. Como director de operaciones de Educamedia coordino toda la operativa de la plataforma.



El internauta políticamente indeciso



David Boronat

David Boronat es autor de la revista de Infonomía Aplicada *Been Seduced?*. Con amplia experiencia en la Red desde el mundo del marketing, en 1999 se embarcó en la creación de *Multiplica* (www.multiplica.com), consultora avanzada especializada en negocios digitales y proyectos de eBusiness, de la que es director general.

Estamos de enhorabuena. Los partidos políticos ya se han enterado de que Internet está cambiando para algunos – que cada vez somos más – la manera de relacionarnos y comunicarnos. Por eso Cataluña ha asistido a la campaña en la Red más intensa y emocionante que se ha vivido en España. Veamos qué ha ocurrido y analicemos el terreno tras la batalla.

Los cuarteles generales: debemos felicitar a los cinco principales partidos catalanes por el esfuerzo hecho al construir unas webs para los candidatos bien estructuradas, dinámicas, convincentes y, en su mayor parte, muy atractivas.

La infantería: se han empleado técnicas promocionales en la red antes desconocidas. Sin ir más lejos, tanto CiU como el PSC han protagonizado una entretenida lucha por aparecer en la primera posición del servicio de publicidad del buscador Google. Sólo tenemos que escribir palabras como “Catalunya” para que nos aparezcan enlaces destacados con mensajes convergentes como “Aposta per Catalunya: T’expliquem el nostre projecte de país: progrés, benestar i identitat” o el socialista “Ara Maragall President: Falten 3 dies per al canvi”. Y así con decenas de palabras clave que cada día buscan los internautas.

Los mariscales de campo: Miquel Iceta y Pere Macias (www.peremacias.net), responsables de campaña del PSC y CiU respectivamente,

han sabido personalizar su discurso al crear sus propios diarios o “weblogs” donde comentan desde el yo y sin demasiados tapujos el día a día de la campaña electoral, entablado así una comunicación mucho más directa con su electorado y fomentando el diálogo.

Los batallones de asalto: se ha apostado por iniciativas agresivas como arturmas.tv o canal81.com, webs que de manera ácida atacan frontalmente a sus más directos adversarios. Paralelamente se han dedicado muchos esfuerzos a crear y difundir por correo electrónico todo tipo de imágenes, montajes fotográficos, documentos o textos que critican o defienden un candidato con el objetivo de que los usuarios lo reenvíen a sus amigos.

Pero, siendo prácticos, ¿estas iniciativas habrán calado en el internauta políticamente indeciso? Probablemente no. Los profesores Richard Davis y Bruce Bimber, de la Universidad de Santa Barbara y la Brigham Young University, concluyen en un reciente estudio que el efecto de Internet en la obtención de nuevos votos es mínimo. Sin duda, es de una lógica aplastante. ¿Quién quiere visitar la web de Pascual Maragall o Artur Mas? Sólo sus propios militantes y algunos votantes. ¿Por qué? Dudo que a nadie más le puedan interesar los contenidos que ofrecen. Internet ha reforzado en estas elecciones el voto de los ya-decididos, pero ningún partido ha sabido

declinar a su favor la balanza de los indecisos.

No obstante, nos equivocáramos si pensáramos que el recorrido de la política en la red no puede darnos algunas sorpresas agradables en las próximas elecciones. Para ello, las formaciones políticas deberán aprender a pensar por y para la red. La primera consecuencia de ello es olvidarse de los “panfletos digitales” que no consiguen conectar con el votante. Y este proceso acarrea, para comenzar, la adaptación de la comunicación online a las posibilidades del medio. Como hizo el Sr. Bush en las últimas presidenciales, donde el slogan de sus banners no decía otra cosa que ‘How Much will the Bush Tax Cut Save You?’ (¿Cuánto ahorrarás con la reducción fiscal que propone Bush?) con un enlace a un simulador que calculaba el ahorro de cada ciudadano norteamericano. Fantástico, ¿no creen?

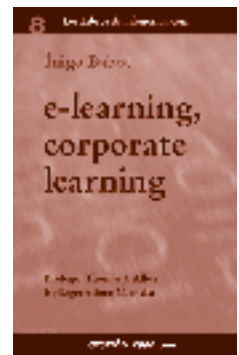
Las webs de los candidatos también se han descuidado de conocer a sus usuarios. Ofreciendo contenidos de valor, el internauta suele dar gustosamente sus datos electrónicos –especialmente el email– que permiten desarrollar al equipo del *presidenciable* un plan de contactos que realmente funcione, como está demostrando el candidato demócrata Howard Dean (www.deanforamerica.com). Para que el ciudadano se sienta integrante de los programas electorales, Maragall ha intentado crear la “xarxa X Maragall”

(red X Maragall), con el objetivo de llamar a la participación ciudadana. Esta propuesta es aún muy modesta comparada con la Clark Community Network (www.forclark.com), un sistema integral de weblogs personales y herramientas de agenda que el equipo del candidato Wesley Clark pone al servicio de sus afiliados para que puedan movilizarse. Muy similar es el movimiento que en Meetup.com (www.meetup.com) siguen más de 140.000 seguidores de Howard Dean para realizar todo tipo de encuentros de apoyo al candidato. La estructura interna de los partidos también se puede aprovechar de las tecnologías de la información para dotar de aplicaciones que mantengan perfectamente informados a sus militantes de las claves y mensajes que cada día deben esgrimir para ganar el pulso de la batalla electoral.

Y, hablando de oportunidades perdidas, ¿qué se ha hecho para conectar con los jóvenes? Internet es un medio privilegiado para realizar propuestas contextualizadas a colectivos muy concretos. En estas elecciones los partidos han sido incapaces de hablar el mismo lenguaje de un segmento tan alejado de la política como afín a Internet.

En definitiva, en estas elecciones podremos ver el vaso medio lleno o medio vacío en cómo los partidos han utilizado la red. Estoy convencido de que en poco tiempo lo veremos completamente lleno.

Los últimos títulos de la colección “Los Libros de Infonomia.com”



club infonomia

*ESTÍMULOS
PARA PENSAR
E INNOVAR...*

*... por menos
de un café a la
semana.*



IDEAS

IDEAS FRESCAS CADA SEMANA

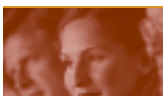
*Recibe la revista digital con herramientas
e ideas para innovar.*



REVISTA

REVISTA PARA INNOVAR

*Recibe cada mes en tu casa 24 páginas
en papel para ir al grano*



ENCUENTROS

ENCUENTROS PARA APRENDER

*Comparte ideas con profesionales
inquietos como tú*

Sólo 49 €/año (+IVA)

Miles de profesionales innovadores ya
forman parte