



Vivir en Internet
Por **Tamara Velázquez**
tvelazquez@diariodesevilla.es



LA HISPALENSE APUESTA POR FORMAR EN E-LEARNING

La Universidad de Sevilla ofrece por sexto año un curso de experto y un máster sobre *e-learning*, un sistema de enseñanza electrónica que emplea las nuevas tecnologías para formar, de manera flexible, a alumnos a través de la red. Este programa se orienta a profesionales de la formación con título oficial.



Una herramienta diseñada para impulsar negocios por internet

NETWORKING ACTIVO

Se dice que "si no estás en internet, no existes". La mayoría de la gente, sobre todo los jóvenes, se desvela con soltura por el mundo *on line*, no obstante, aún hay a quien se le resiste eso de navegar por la internet. Networking Activo trabaja para dar presencia en la red a los emprendedores con buenas ideas a quienes les falta algún ingrediente para iniciar su proyecto.

Esta red social profesional es una creación de Emilio Márquez, pionero en la aplicación de las nuevas tecnologías al ámbito empresarial. En sus inicios se orientaba a poner en contacto, de manera altruista, a los empresarios de modo que se acelerasen los negocios mediante el uso inteligente de las herramientas propias de la Sociedad de la Información. "Esto tiene mucho de *karma* y eso de que todo lo bueno que das se te devuelve multiplicado", explica María Ortegón, consejera delegada de esta red. Actualmente, se mantiene ese espíritu pero "nuestra misión es sobrevivir y lo hacemos a través de los ingresos que nos aporta la formación y la organización de eventos".

Una de las funciones de Net-



María Ortegón, consejera delegada de la empresa sevillana Networking Activo.

MANUEL GÓMEZ

working Activo es enseñarle a los empresarios a hacerse visibles en la red. Sus consejos son claves para que cuajen las relaciones propiciadas por esta empresa sevillana. Uno de ellos es causar siempre una buena impresión entre sus posibles clientes, socios o inversores con el diseño de sus espacios en la web. Para ello han de crear su identidad

digital, es decir, su representación virtual. "Con ella sucede lo mismo que con la indumentaria cuando se acude a una entrevista de trabajo, no se puede ir con la camisa sin planchar; aconsejamos a nuestros clientes para que su perfil luzca impecable", indica Ortegón.

El siguiente paso es saber cómo introducir dicha información en

las redes profesionales que más se ajusten a las necesidades de cada compañía, firma o emprendedor. Descubrir cuáles son depende de "un estudio pormenorizado del emprendedor y su empresa". Una vez dentro, "les enseñamos a gestionar sus contactos y a tratar con ellos a través de internet".

El empleo de la red para hacer

negocios tiene ventajas como el "ahorro", pues su coste es bajo; "la búsqueda muy acotada de público" o "el aumento de la productividad, pues se necesita menos tiempo para lograr una efectividad mayor", asegura Ortegón. Sin embargo, "no somos excluyentes y recurrimos a técnicas tradicionales para que las partes se conozcan".

Otra de las vertientes de negocio de Networking Activo es la gestión de dominios (páginas web). Los dotan de contenido, de mayor presencia en los buscadores y de contactos dentro de su sector para facilitar la comercialización de los productos. En definitiva, "diseñamos puntos de encuentro entre la gente *on line* y la gente *off line*". Uno de los proyectos más importantes por el que apuesta Networking Activo es la promoción de los productos agrícolas andaluces a través de la creación de la página www.agriculturaandaluza.com. Su misión: expandir su presencia en los mercados europeo y mundial vía comercio electrónico.

Los clientes de esta gran red profesional pertenecen a todos los sectores y provienen de todo el territorio nacional. Al principio funcionaban más en Madrid y Barcelona pero "la gran evolución que está experimentando Andalucía en el sector de las nuevas tecnologías y la crisis están favoreciendo que la gente mantenga las orejas abiertas y sea más proclive a emplear nuevas técnicas para que sus negocios sobrevivan".

● <http://networkingactivo.com>

La investigación de las redes sociales tiene su espacio en una revista 'on line'

REDES

El círculo de conocidos de cada persona compone una red social. Este tejido se expande conforme se amplía el número de conexiones que lo integran. En función de cómo se gestionen sus contactos, la malla se hará más fuerte y permitirá el alcance de las metas de cada uno de sus miembros. Este patrón, repetido innumerables veces desde el inicio de la historia, es el objeto de los estudios y las informaciones que divulga *Redes*. Revista hispana de redes sociales.

Esta publicación, dirigida por Isidro Maya, profesor de Psicología Social de la Universidad de

Sevilla, es de carácter semestral y se edita en español y portugués. Nació en 2002 como resultado de la celebración, cuatro años antes, de un congreso sobre redes sociales, organizado por la International Network for Social Network Analysis (INSNA), en Sitges (Barcelona). De la coincidencia en este encuentro de expertos en la materia surgió la necesidad de incidir en su estudio dentro del marco suramericano.

El aplazamiento para la creación de la revista se debió a que, previamente, se constituyeron *lista redes*, una agenda de correos de toda la comunidad científica vinculada al estudio de las redes sociales, y *web redes*, un



Isidro Maya, profesor de la Hispalense y director de la revista *Redes*.

BELEN VARGAS

apartado formativo que incluye recursos, herramientas e información para el correcto análisis de estas redes.

La revista se nutre "del trabajo

voluntario de científicos e investigadores", explica Maya. No reciben ningún tipo de ayuda pública, la colaboración de las instituciones les ha llegado "puntual-

mente", para promover la celebración de algún evento organizado por *Redes*.

La versión *on line* de este modo de interacción, las redes sociales como Facebook, Tuenti o LinkedIn, están dentro de los temas de interés del consejo de redacción de la revista porque "facilitan y mantienen el recuerdo de los llamados lazos débiles, contactos que en una relación no electrónica no conservaríamos". Tanto es así que "es probable que a medio plazo se dedique un número de la revista a ellas".

La audiencia de esta revista pertenece, en su mayoría, al círculo científico "por tratarse de un medio muy especializado y técnico", precisa el director de *Redes*. Sus lectores, en su mayoría españoles, colombianos, mexicanos y estadounidenses, dejan registradas entre 700 y 1.000 visitas diarias. Cuenta con un total de 1.000 suscriptores.

● <http://revista-redes.rediris.es/>