

# **Manual de WEB**

# Contenido

1. Comunicación Web 1.0 y Web 2.0
2. Web Blog
3. Google Reader (Online RSS)
4. Igoogle
5. Google Office
6. Facebook
7. Twitter
8. Conecta facebook con twitter
9. Myspace
10. Flickr
11. Linked in
12. Dropbox
13. Youtube

# Comunicación Web 1.0 y Web 2.0

Abrir sitios de contenido digital en la web

- Publicar fotos, textos y vídeos.
- Administrar y manejar foros, redes sociales y blogs
- Utilizar herramientas y aplicaciones de distribución masiva
- Manejar archivos en línea.

## Definición de Web 1.0

La 'Web 1.0 (1991-2003) es la forma más básica que existe, con navegadores de sólo texto bastante rápidos. Después surgió el HTML que hizo las páginas web más agradables a la vista, así como los primeros navegadores visuales tales como IE, Netscape, Explorer (en versiones antiguas), etc.

La Web 1.0 es de sólo lectura. El usuario no puede interactuar con el contenido de la página (nada de comentarios, respuestas, citas, etc.), estando totalmente limitado a lo que el Webmaster sube a ésta.

## Definición de Web 2.0

El término **Web 2.0** está asociado a aplicaciones web que facilitan el compartir información, la interoperabilidad, el diseño centrado en el usuario y la colaboración en la World Wide Web. Un sitio Web 2.0 permite a los usuarios interactuar y colaborar entre sí como creadores de contenido generado por usuarios en una comunidad virtual, a diferencia de sitios web donde los usuarios se limitan a la observación pasiva de los contenidos que se ha creado para ellos. Ejemplos de la Web 2.0 son las comunidades web, los servicios web, las aplicaciones Web, los servicios de red social, los servicios de alojamiento de videos, las wikis, blogs, etc....

## Web Blog

Un **blog** (también **bitácora digital**, **cuaderno de bitácora**, **ciberbitácora**, **ciberdiario** , o **weblog** ) es un sitio web periódicamente actualizado que recopila cronológicamente textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente, donde el autor conserva siempre la libertad de dejar publicado lo que crea pertinente.

Los términos ingleses *blog* y *weblog* provienen de las palabras *web* y *log* ('log' en inglés = *diario*).

El weblog es una publicación online de historias publicadas con una periodicidad muy alta que son presentadas en orden cronológico inverso, es decir, lo último que se ha publicado es lo primero que aparece en la pantalla. Es muy frecuente que

los weblogs dispongan de una lista de enlaces a otros weblogs, a páginas para ampliar información, citar fuentes o hacer notar que se continúa con un tema que empezó otro weblog. También suelen disponer de un sistema de comentarios que permiten a los lectores establecer una conversación con el autor y entre ellos acerca de lo publicado.

El uso o tema de cada blog es particular, los hay de tipo: periodístico, empresarial o corporativo, tecnológico, educativo (edublogs), políticos, personales (variados contenidos de todo tipo), etc.

Las herramientas de mantenimiento de weblogs se clasifican, principalmente, en dos tipos: aquellas que ofrecen una solución completa de alojamiento, gratuita (como Freewebs, Blogger y LiveJournal), y aquellas soluciones consistentes en software que, al ser instalado en un sitio web, permiten crear, editar, y administrar un blog, directamente en el servidor que aloja el sitio (como es el caso de WordPress o de Movable Type). Este software es una variante de las herramientas llamadas Sistemas de Gestión de Contenido (CMS), y muchos son gratuitos. La mezcla de los dos tipos es la solución planteada por WordPress.

## ¿Cuál elegir?

---

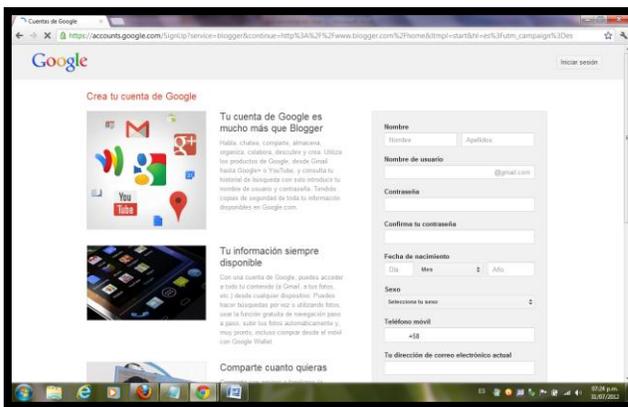
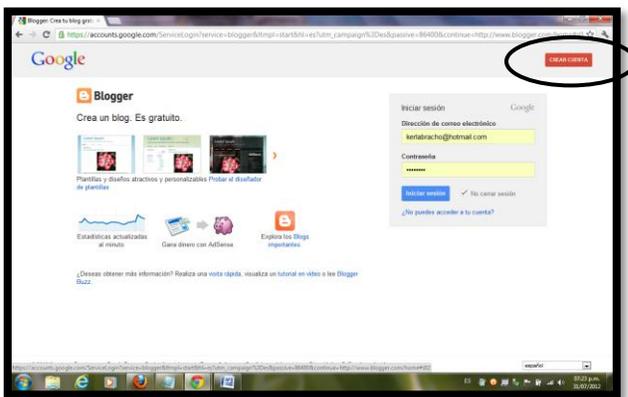
Mi sugerencia es que **pruebes los dos**. No que escribas en los dos, sino que te abras una cuenta en ambos y compruebes por ti mismo en cual sistema te sientes más cómodo y cuál se adecua a tus necesidades u objetivos.

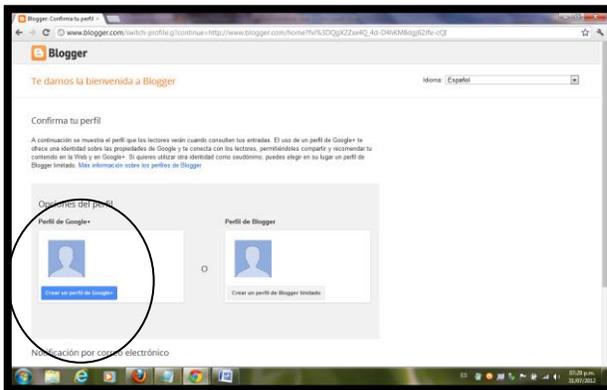
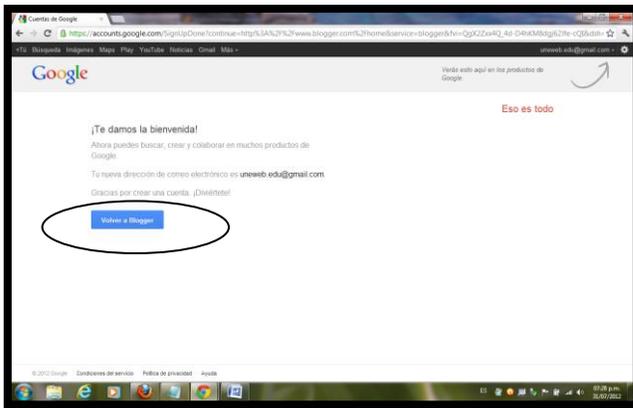
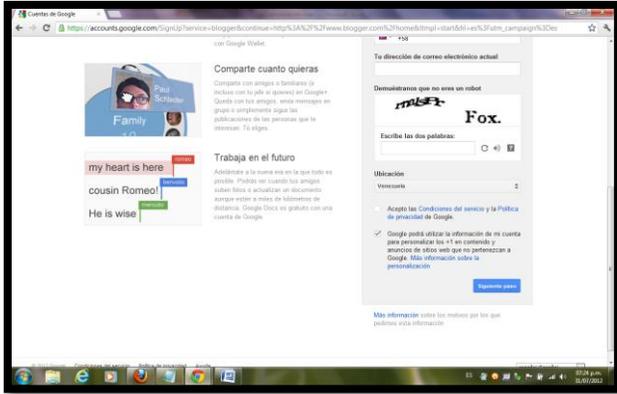
Ahora bien, hay algunos aspectos que creo importante resaltar de cada servicio para poder tomar la mejor decisión.

- **WordPress.com no permite Javascript:** éste es uno de los lenguajes de programación más usados en la web y quiere decir que hay muchas funciones de sitios externos que no podrías utilizar, entre ellas la de poner anuncios contextuales como AdSense.
- **Personalizar un blog en Blogger puede requerir de una curva de aprendizaje bastante pronunciada:** Blogger no tiene los límites de WordPress.com, pero meterse a cambiar aspectos de una plantilla es lo más parecido a internarse en un laberinto.
- **Blogger permite usar un mayor número de widgets:** los widgets son esos pequeños añadidos (a veces son hasta aplicaciones casi completas) que se han ponen en los lados del blog y que te muestran desde los últimos posts publicados hasta una mascota virtual. Blogger, aparte de tener una buena variedad de widgets, al permitir Javascript se pueden insertar otros de servicios externos.
- **La personalización en WordPress.com es muy limitada:** 70 plantillas las considero suficientes como para elegir, pero no es posible integrar muchos servicios de terceros (aunque sí los más populares). Sin embargo, en lo que al aspecto se refiere, muchas plantillas permiten subir una imagen de cabecera propia, lo que te ayudará a diferenciarte si eliges una plantilla muy popular.

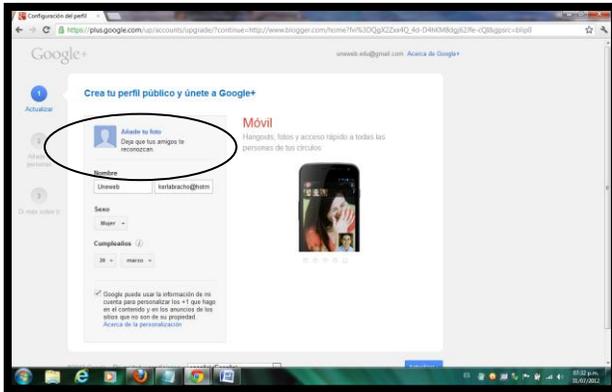
- **La interfaz de gestión del blog en WordPress es más ordenada y clara que la de Blogger:** sin contar con que ofrece funciones con las que no cuenta Blogger, como un servicio de estadísticas que te permite ver cuantos visitantes has tenido, o la previsualización de temas, que te muestra como se verá tu blog antes de aplicarlo. Claro, que en Blogger puedes usar Google Analytics para las estadísticas...
- **WordPress.com amplía continuamente sus funciones:** aunque éstas sean limitadas, hay que admitir que Automattic está más pendiente de su servicio que Google del suyo. Aunque Blogger ofrece la posibilidad de usar Blogger in draft (un modo en el que se pueden probar funciones que están en desarrollo), lo cierto es que las novedades suelen tardar mucho en aparecer.

### Pasos para abrir un blog:

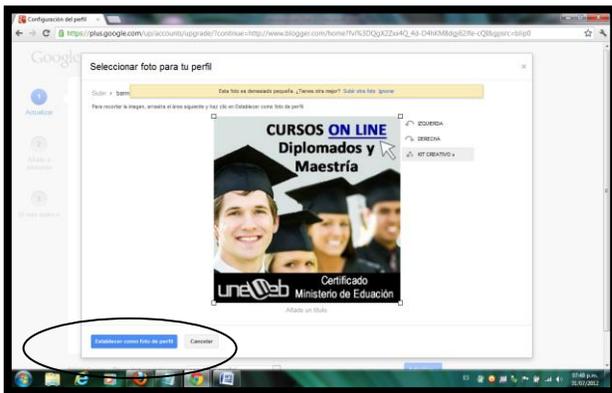
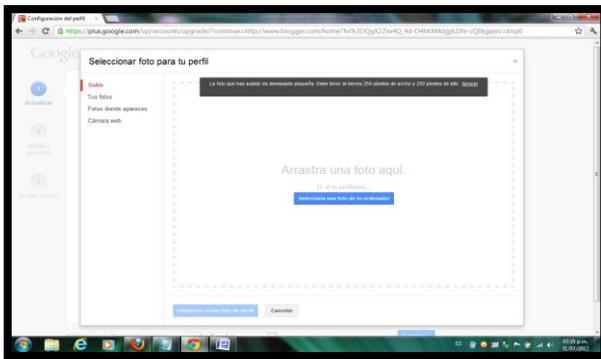


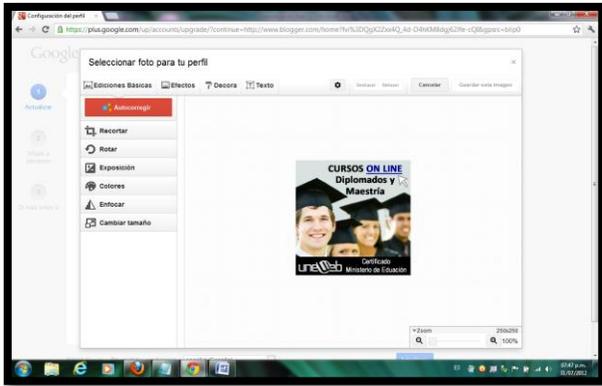


El uso de un perfil de Google+ te ofrece una identidad sobre las propiedades de Google y te conecta con los lectores, permitiéndoles compartir y recomendar tu contenido en la Web y en Google+.



La foto debe tener más de 250 pixel de ancho x 250 pixel de alto





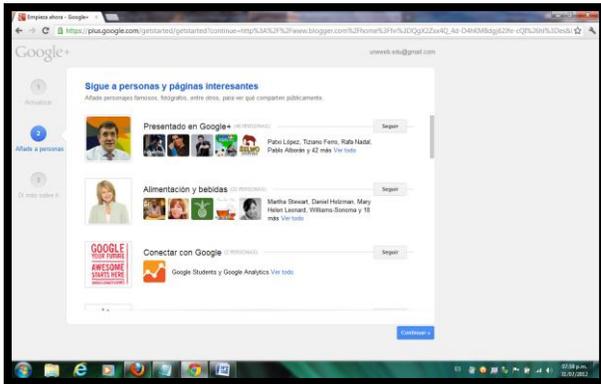
## Nombre del perfil y de la página de Google+

Google+ hace que relacionarse con las personas en la Web sea similar a relacionarse en el mundo real. Por lo tanto, es importante que uses tu nombre para que las personas que quieran relacionarse contigo puedan encontrarte. Tu nombre es aquel por el que te conocen tus amigos, familiares y compañeros de trabajo. Por ejemplo, si tu nombre oficial es José Luis Sánchez, pero generalmente utilizas Pepe Luis Sánchez o Pepe Sánchez, cualquiera de estos sería aceptable.

Si no puedes llevar a cabo el registro en Google+ o si tu perfil está suspendido (o podría estarlo) por una incidencia de nombre, consulta nuestras directrices a continuación. Si el nombre de tu perfil ya se ha guardado y consideramos que este no cumple con nuestra política de nombres, dispondrás de cuatro días para cambiarlo o para realizar una reclamación sobre nuestra decisión antes de que tomemos medidas.

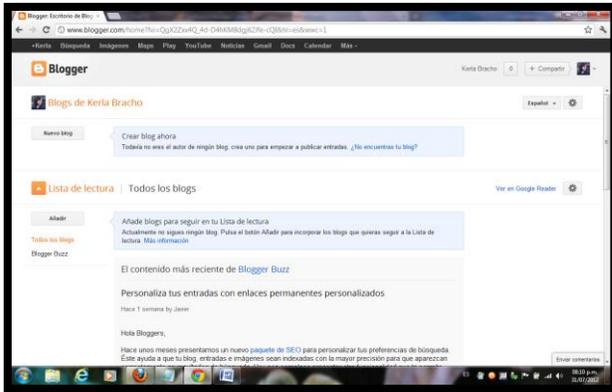
## Nombres de Google+

Según nuestro sistema, el nombre que has proporcionado no parece un nombre. Si es el nombre de una empresa, regístrate con tu propio nombre y crea una página de Google+ para la empresa. Si es un nombre alternativo (como un apodo, un apellido de soltera o un nombre en otro sistema de escritura), regístrate con tu nombre completo; una vez que te hayas registrado, podrás añadir un nombre alternativo.



A continuación se muestra el perfil que los lectores verán cuando consulten tus entradas. El uso de un perfil de Google+ te ofrece una identidad sobre las propiedades de Google y te conecta con los lectores, permitiéndoles compartir y recomendar tu contenido en la Web y en Google+. Si quieres utilizar otra identidad como seudónimo, puedes elegir en su lugar un perfil de Blogger limitado. [Más información sobre los perfiles de Blogger](#)

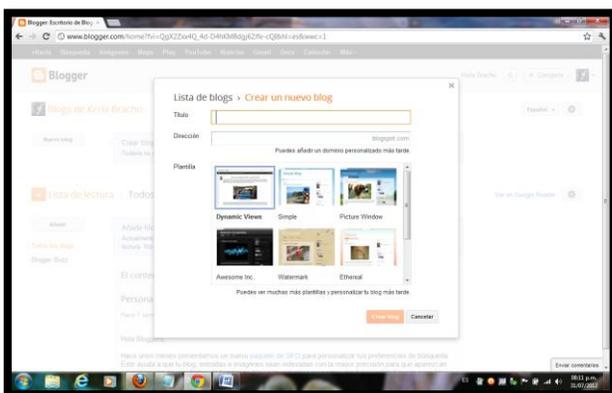


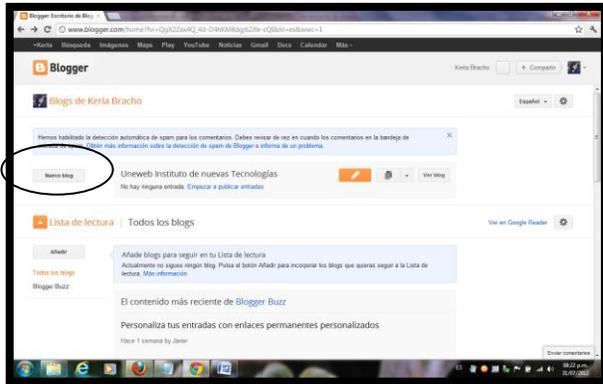


## Personaliza tus entradas con enlaces permanentes personalizados

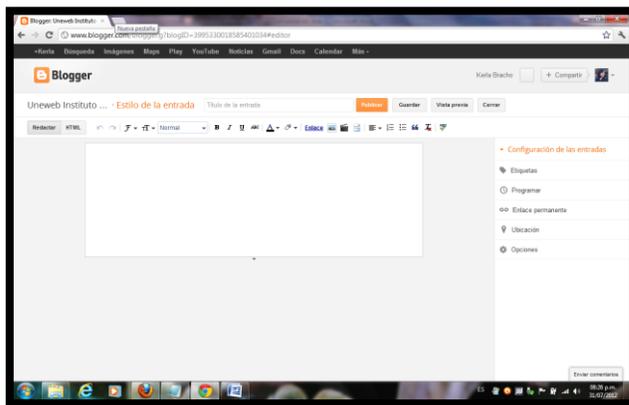
Hace unos meses presentamos un nuevo paquete de SEO para personalizar tus preferencias de búsqueda. Éste ayuda a que tu blog, entradas e imágenes sean indexadas con la mayor precisión para que aparezcan correctamente en resultados de búsqueda. Hoy nos complace presentar otra funcionalidad que te permite personalizar tus preferencias de búsqueda con mayor efectividad: enlaces permanentes personalizados.

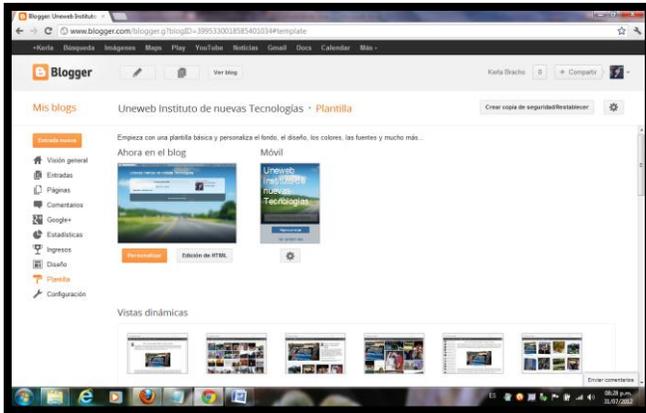
Cuando escribes una entrada, Blogger genera de forma automática un enlace permanente basado en el título de la entrada. Hasta ahora, los autores de un blog no tenían control sobre el enlace permanente. Los enlaces permanentes personalizados te dan mayor control sobre tu blog y las entradas. Estos nuevos enlaces personalizados también proveen a los lectores de más información acerca de la entrada mientras observan resultados de búsqueda (captura en inglés).





**Nueva entrada, para crear información relacionada al Blog creado**





## Igoogle

### iGoogle es una página principal personalizable

iGoogle te permite crear una página principal personalizada que incluya un cuadro de búsqueda de Google en la parte superior y todos los gadgets que quieras en la parte inferior. Los gadgets pueden adoptar una gran variedad de formas y permiten acceder a actividades y a información de toda la Web, por lo que no tendrás que salir de tu página de iGoogle. Estas son algunas de las cosas que puedes hacer con los gadgets:

- ver tus mensajes más recientes de Gmail;
- leer los titulares de Google Noticias y otras fuentes de noticias importantes;
- consultar las previsiones meteorológicas, la información bursátil y la cartelera de cine;
- guardar los marcadores para obtener un acceso rápido a tus sitios preferidos desde cualquier equipo;

### Crea la página

En la página principal de Google, haz clic en el icono de la rueda dentada  y selecciona **iGoogle**. Si es la primera vez que utilizas iGoogle, aparece el asistente de configuración "Crea tu propia página principal en menos de 30 segundos". Para empezar, elige las categorías que te interesen, un tema y una ubicación. Podrás seguir personalizando la página más adelante. Haz clic en **Consultar tu página** para crear la página principal de iGoogle.

Utiliza el icono de la rueda dentada  para alternar entre tu nueva página de iGoogle y la página principal estándar de Google denominada "Inicio clásico".

Cuando utilices iGoogle, tienes la opción de iniciar sesión en tu cuenta de Google o de no hacerlo. Consulta las [ventajas de iniciar sesión en tu cuenta](#) como, por

ejemplo, mayor privacidad y más flexibilidad en cuanto a las posibilidades de acceder a tu página de iGoogle.

## 2. Añade más gadgets a tu página

Los gadgets permiten utilizar herramientas, consultar información y jugar a juegos de toda la Web. Para añadir un gadget a tu página, sigue estos pasos:

1. En la parte izquierda de la página de iGoogle, haz clic en **Añadir gadgets**.
2. Los gadgets están organizados por categorías en la parte izquierda, aunque también puedes buscar gadgets en la parte derecha. Cuando encuentres un gadget que quieras añadir, haz clic en **Añadir ahora**.
3. Para volver a tu página, haz clic en **Volver a la página principal de iGoogle**, en la parte superior izquierda de la página.

Para organizar los gadgets, puedes arrastrarlos hasta la parte de la página donde quieras situarlos (o entre dos pestañas). Para modificar la configuración de un gadget, haz clic en la flecha hacia abajo de la barra de título del gadget y selecciona **Editar configuración**.

## 3. Organiza tus gadgets en pestañas

En la parte izquierda de todas las páginas de iGoogle aparece una pestaña **Página principal**. Si aún no has añadido otras pestañas, todos tus gadgets aparecerán en la pestaña **Página principal**. Para añadir una nueva pestaña, sigue los pasos indicados a continuación.

1. Haz clic en la flecha hacia abajo que aparece junto a la pestaña **Home**.



2. Selecciona **Añadir una pestaña**.
3. Asígnale un nombre a la nueva pestaña. Conforme vayas escribiendo, verás sugerencias para la designación de la pestaña basadas en los nombres elegidos por otros usuarios. Mantén seleccionada la casilla "Voy a tener suerte" si quieres que añadamos gadgets automáticamente según el nombre de la pestaña.

4. Haz clic en **Aceptar**.

También puedes añadir un tema a cada una de las pestañas si quieres.

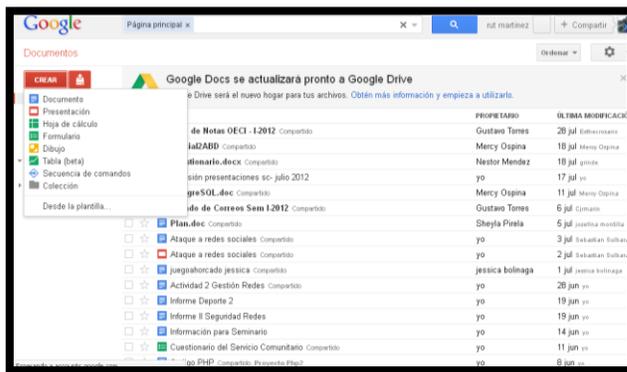
## Google Office

**Gmail** ha añadido una función para permitir **crear documentos de Google Docs desde un mensaje de correo**. Se trata de una actualización pequeña pero que seguramente será muy bien recibida por quienes utilizan el correo de Google para su trabajo.

¿Cuántas veces te ha pasado que surge una idea, un proyecto, a partir de una charla o de un email? Ahora podrás hacerlo, podrás comenzar la descripción del mismo creando un nuevo documento de Google Docs en base a un correo. Es increíble como lentamente Google va uniendo cada vez más sus servicios, y ahora nos trae esta función tan útil.

Seguro, copiar y pegar siempre estuvo disponible y es la opción número uno. Y también hay una URL a la cual puedes enviar correos para que estos queden como documentos de Google Docs, pero ahora lo podrás hacer desde el menú de Gmail, lo cual es más rápido y directo.

Para habilitar esta característica tienes que dirigirte a la pestaña de **Gmail Labs**, y en Settings seleccionar “Enable” (se encuentra justo al lado de “Create a Document”) y luego guardar los cambios.



## Google Reader (Online RSS)

Google Reader es una de las muchas herramientas que Google ofrece a sus usuarios. Para poder hacer uso de este lector RSS, sólo es necesario contar con una cuenta gratuita de Gmail.

1. Ahora con la cuenta ya creada de Gmail, puedes acceder de manera muy sencilla al lector RSS que ofrece Google. Para hacerlo, debes dirigirte a la página principal del buscador: <http://www.google.es> y realizar un clic en el apartado “más”

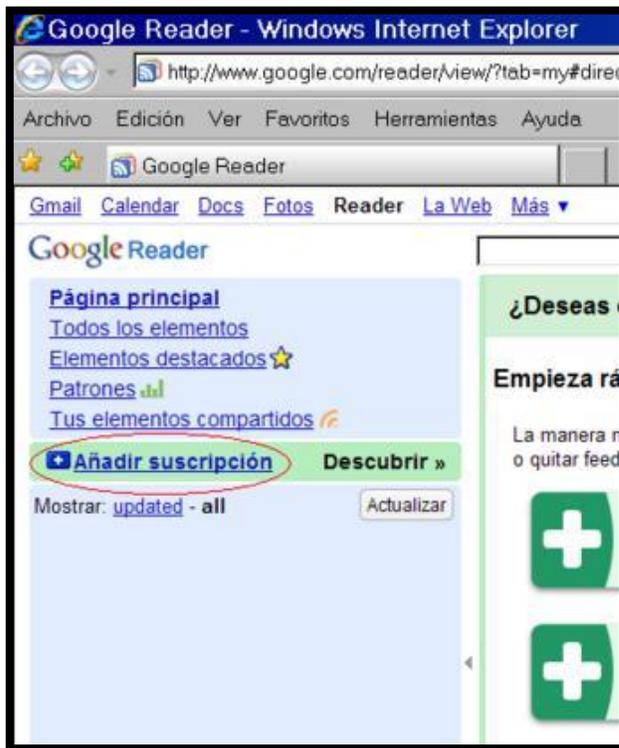
arriba y a la izquierda de tu navegador. Se desplegará un menú emergente y en él deberás hacer clic en el apartado “Reader”, que te redireccionará hacia el lector RSS.



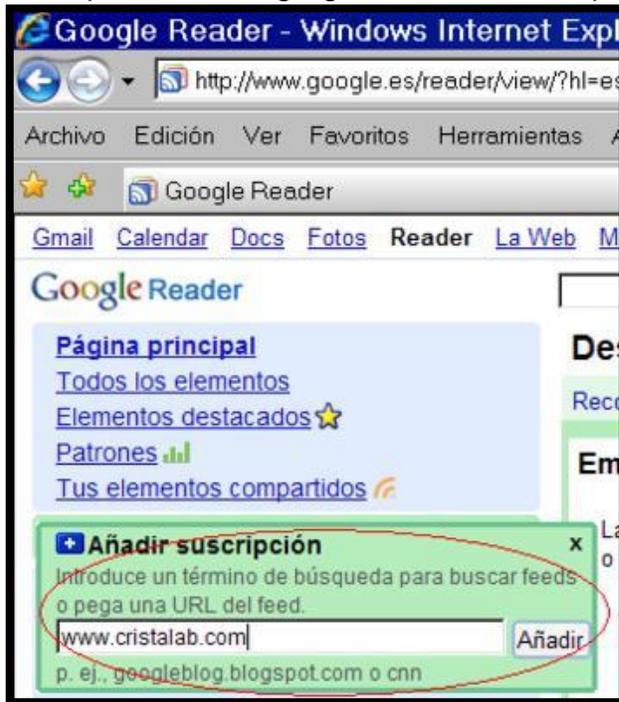
2. Una vez en la página de inicio de GoogleReader, sólo debes ingresar tu correo electrónico de Gmail (el que ya tienes o el nuevo que creaste) y la contraseña que especificaste y ya puedes empezar a utilizar el lector RSS de google. También puedes tildar la casilla de “Recordarme en este equipo” para no tener que volver a cargar tus datos cada vez que quieras conectarte a GoogleReader.



3. Una vez conectado al lector RSS de google, podrás agregar las Feeds que sean de tu interés. El proceso es sencillo: sólo debes hacer clic en el botón “Añadir suscripción” ubicado a la izquierda de tu navegador.



4. Te aparecerá un menú emergente donde podrás ingresar la URL del sitio que deseas agregar o, si prefieres, una palabra clave para que GoogleReader realice una búsqueda de Feeds relacionadas. Una vez que hayas agregado la URL del sitio que deseas agregar, sólo bastará que realices un clic en el botón “añadir”.



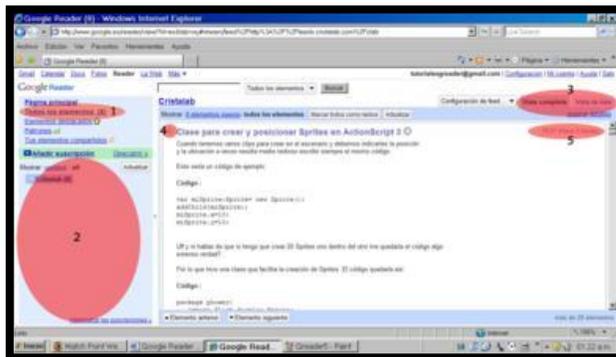
5. Ahora ya debes tener tu Feed agregada al lector RSS de google. Si se ha agregado correctamente, deberás poder visualizarla a la izquierda de tu navegador, en la barra donde se almacenarán todos los canales RSS que vayas agregando.



6. A la derecha, en el contenedor principal del lector RSS, te irán apareciendo los distintos elementos que se irán actualizando conforme se actualice el sitio Web que has agregado.

Estas son algunas de las funcionalidades que ofrece el lector a su usuario:

1. Artículos nuevos sin leer;
2. La barra izquierda organiza todos los Canales;
3. Tipo de vista: completa o sólo titulares;
4. Los artículos de interés pueden marcarse con una estrella y luego localizarlos en los elementos destacados;
5. Información sobre la fecha de publicación del artículo.



# Facebook

**Facebook es una de las redes sociales más populares del momento** y es uno de los sitios que cuenta con más usuarios dentro de las redes sociales, es por esto que promocionar tu empresa en este sitio te da la posibilidad de que más personas en tu región y en todo el mundo te conozcan.

**Páginas.** Similares a los perfiles de los usuarios, pero para los negocios. Es la identidad de tu negocio en Facebook. Aquellos que están interesados en tus productos o servicios, se convierten en tus "fan", y todos sus amigos pueden verlo. Puedes subir fotos, videos, información de la compañía, organizar eventos e invitar a todos tus fans.

**Grupos.** A diferencia de las Páginas, se dirigen a comunidades sociales más que a empresas.

**Aplicaciones.** Una de las claves del éxito del sitio, es la posibilidad que le da a los usuarios de crear y compartir sus propias aplicaciones, con infinitas opciones. Por ejemplo, Visa creó "Visa Business Network", una red de negocios ordenadas por locación e industria muy útil tanto para vendedores como consumidores.

**Publicidad.** Publicidad de Facebook es una poderosa herramienta que te permite llegar con tu negocio a un nicho muy específico de la población en función de la edad, el sexo, geografía, etc., sacándole el máximo provecho a la gran base de datos con que cuenta el sitio. También puedes pagar más para especificar aún más a tu público objetivo.

Con ánimo de ofrecer un poco de ayuda, en éste artículo exponemos los cinco pasos que consideramos que toda empresa o profesional debe conocer y tener en cuenta a la hora de introducir su actividad en Facebook.

## Página vs Perfil

El primer error que cometen muchas empresas es el de crear un perfil en lugar de una página de empresa. Esto choca directamente con la propia organización de Facebook, que creó las páginas para ofrecer un servicio específico a empresas, profesionales, productos o servicios, incorporando numerosas ventajas.

- **Estadísticas** detalladas sobre la actividad de tus seguidores, así como información segmentada sobre su edad, sexo, situación geográfica, etc.
- Posibilidad de **participación** de los seguidores aportando fotos, vídeos, enlaces...
- **Acceso** completo a la página a usuarios **sin cuenta en Facebook** o que, aún teniéndola, no son o no desean ser seguidores.
- Posibilidad de **intercambio de recomendaciones** con páginas de otras empresas o profesionales.

- Número **ilimitado** de seguidores.
- Envío masivo de **mensajes internos** a todos los seguidores.
- **Identificación con la marca** de los usuarios, al aparecer en su perfil personal y tratarse de una decisión activa (hacerse fan).
- **Mayor difusión y captación** de seguidores, al no limitarse al entorno social o geográfico de la empresa.

## Objetivos

Lo primero que debe hacer una empresa o profesional antes de crear una página en Facebook es definir y marcar claramente los objetivos que se quieren conseguir.

- **Crear imagen intencional** de marca, producto o servicio para mejorar nuestra reputación digital.
- **Fidelizar** a los clientes actuales y futuros mediante promociones y campañas específicas.
- **Feedback:** conseguir opiniones, comentarios y experiencias sobre nuestra marca, producto o servicio a través de la conversación con nuestros seguidores para mejorar nuestra oferta.
- **Captar** nuevos clientes gracias a las recomendaciones de los usuarios.
- Incrementar las **ventas** a través de descuentos o aplicaciones específicas de venta online.

Son algunos ejemplos de objetivos que se pueden fijar y monitorizar a través de Facebook. En cualquier caso, lo importante es tener claro lo que se quiere conseguir, saber cómo se llevará a cabo y definir cuál será el sistema para analizar los resultados obtenidos.

## Contenidos

Otra cuestión importante antes de iniciar nuestra acción en Facebook son los contenidos, pues la presencia en las Redes Sociales exige una actualización constante y la elaboración de contenidos de calidad que nos diferencien y motiven a los usuarios a seguirnos.

- **Corporativos:** informaciones, novedades, promociones, noticias... de la marca o empresa.
- **Producto:** contenidos centrados en las ventajas, utilidades, experiencias, aplicaciones, etc. sobre uno o varios de nuestros productos.
- **Atención al cliente:** seguimiento y servicio postventa, consejos, ayuda, manuales, informaciones de interés organizativo, etc.
- **Externos:** fotos, vídeos, artículos, enlaces, etc. de fuentes externas a la empresa.

## Personalización

Las plantillas de Facebook no nos permiten una total personalización, pero sí incorporar elementos que hagan más atractiva nuestra página de empresa.

- Insertar el **logotipo** de la empresa o una imagen propia que nos identifique.
- **Definir** brevemente nuestra actividad, productos o servicios en el espacio destacado que aparece en la columna izquierda del muro.
- Detallar claramente todos los **datos de la empresa** en la pastilla de información: dirección, teléfono, página web, e-mail, misión, servicios, etc.
- Definir y crear nuestra propia **landing page** para los usuarios que aún no nos sigan o accedan desde fuera del Facebook, evitando hacerlos pasar necesariamente por el muro.
- **Organizar** la barra de navegación dando prioridad a las pestañas que consideremos más atractivas o interesantes (de izquierda a derecha).
- Elegir detenidamente las **aplicaciones** que vamos utilizar (notas, vídeos, fotos, cupones, slideshare, youtube, etc) y anular las que no tengan interés o contenido.
- Adquirir nuestro **dominio propio** ([www.facebook.com/miempresa](http://www.facebook.com/miempresa)) en la dirección [www.facebook.com/username](http://www.facebook.com/username).

## Promoción

Finalmente, una vez creada nuestra página en Facebook debemos centrar gran parte de nuestra actividad a promocionarla con el fin de conseguir seguidores en base, no tanto a un objetivo cuantitativo, como cualitativo.

- Proponer a los trabajadores de la empresa que inserten la dirección de la página ([www.facebook.com/miempresa](http://www.facebook.com/miempresa)) en sus **perfiles personales** de Facebook.
- Sugerir a los empleados que promocionen la página a través de un **mailing a sus amigos** y la publicación de la misma en sus muros.
- Crear e insertar una **caja de admiradores** en nuestra web y/o blog de empresa.
- Utilizar la base de datos de clientes para realizar un **mailing informando** de la creación de la página e invitándoles a visitarla.
- Insertar la dirección de la página en la **firma automática** de los mails de empresa con una frase del tipo “síguenos en Facebook”.
- Incluir la dirección de la página en todo el **material promocional** y/o publicitario que edite o realice la empresa: catálogos, tarjetas, anuncios, etc.

## Twitter

Twitter es una aplicación online que sirve para muchos usos, casi tantos como usuarios. Mientras algunos la utilizan para chatear y otros para leer lo que hacen o dicen los demás (un poco como 'voyeurs' virtuales), muchos la usan para pedir consejo, opiniones, ayuda o información. También se utiliza como plataforma de

micro-blogging (escribir ideas-posts breves) o como sistema de anuncio de actualización de un blog o web (los diarios, por ejemplo, tienen cuentas en Twitter para ir publicando sus titulares con enlace a la noticia completa). Y las empresas lo usan para promocionarse o como medio de comunicación dentro y fuera de sus instalaciones.

## Registrarse

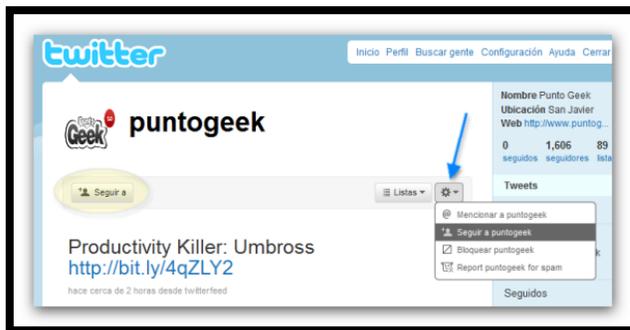
Lo primero es abrirse una cuenta en Twitter. Entra [www.twitter.com](http://www.twitter.com) y pincha en la opción "Get started-Join". Pasarás a otra pantalla donde te pedirán algunos datos: username (nombre de usuario), password (contraseña) y email address (cuenta de correo electrónico asociada). Luego debes copiar las dos palabras de seguridad y darle a "I accept. Create my account".

## Seguidos

Son las personas que nosotros seguimos para que nos llegue lo que ellos escriben. Cada vez que alguna de las personas que seguimos haga una actualización de estado (envíe un tweet), éste nos llegará a nosotros.

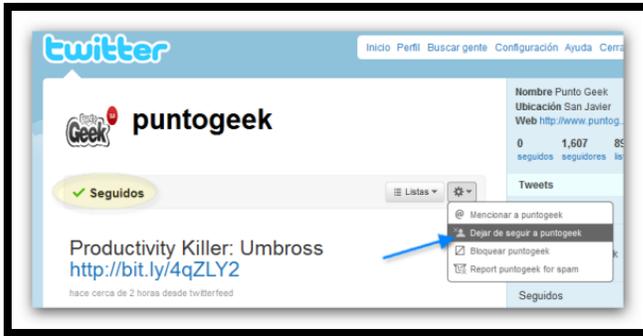
## Cómo seguir a una persona (follow)

Seguir a alguien en Twitter es muy simple, sólo tenemos que ir al perfil del usuario que nos interesa, por ejemplo, @puntogeek, y pinchar en el botón "Seguir", o bien desplegar el botón de configuración que ven más a la derecha y elegir "**seguir a puntogeek**".



## Cómo dejar de seguir a una persona (unfollow)

Cuando queremos dejar de seguir a alguien, ya sea porque no nos interesa más lo que dice, o cualquier causa, el procedimiento es el mismo que para seguir. Vamos a su perfil, desplegamos el botón de configuración del usuario y le damos a "**Dejar de seguir a puntogeek**".



## Seguidores

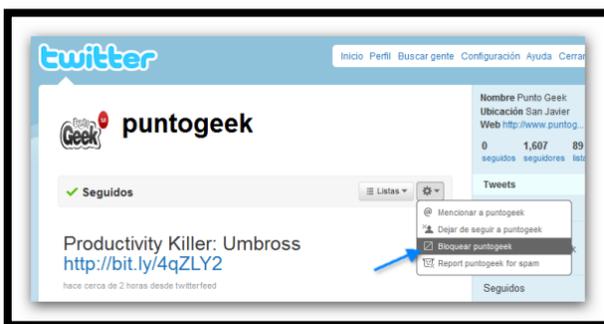
Son las personas que nos siguen a nosotros, los que están interesados (o no) en leer lo que decimos. Cada vez que enviemos un tweet, ellos lo recibirán.

## Configurar actualizaciones como privadas

Si por algún motivo no queremos que la gente lea lo que nosotros decimos, tenemos que configurar nuestras actualizaciones como privadas, así sólo podrán ver lo que decimos sólo las personas que nosotros “aceptamos”. Para ello tenemos que ir a la **Configuración** de nuestra cuenta (arriba a la derecha), y abajo van a ver una opción que dice “proteger mis tweets”.

## Cómo bloquear un usuario

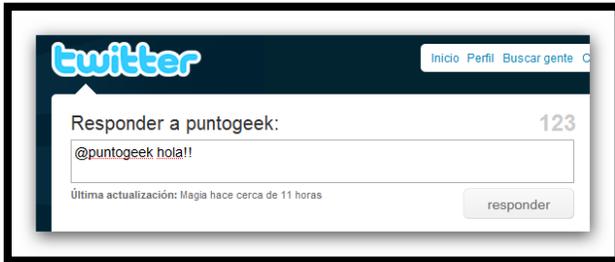
Para bloquear a alguien del cual nunca queremos leer alguno de sus tweets, en especial cuando nos mencionan, tenemos que ir a su perfil, desplegar el botón de configuración de usuario, y elegir la opción “Bloquear xxx”. De este modo él, cuando nos nombre en algún tweet, nunca nos enteraremos.



## Menciones (Reply)

Las menciones son simplemente una forma de mencionar, valga la redundancia, a otro usuario. Cuando queremos hacer notar a alguien que estamos hablando de él tenemos que hacerlo de esta forma. Las menciones se anteponen de una @, por

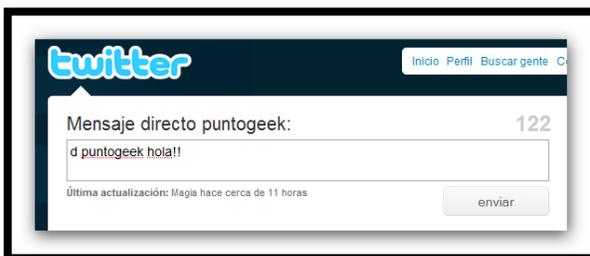
ejemplo, si queremos mencionar a alguien, o enviarle un mensaje lo haríamos de la siguiente forma: “**@puntogeek hola!**”. Éste mensaje será visible por los demás, si no queremos que sea visible tendremos que usar un mensaje directo.



### Mensajes directos (DM)

Es una forma de comunicarse con otro usuario de Twitter, pero de forma privada, a diferencia de la mención, éstos mensajes sólo son visibles por la persona a la cual se lo enviamos. Una aclaración importante, es que al usuario que queremos enviarle un DM tiene que seguirnos, sino no será posible enviar el mensaje. Para enviar un mensaje privado antepone una “d” al mensaje, de modo que si queremos enviar un mensaje quedará así: “**d puntogeek hola!**”.

**#etiqueta.** Ten en cuenta que en ocasiones, para agrupar los microposts que tratan de un mismo tema, se utiliza una palabra clave, etiqueta o hashtag precedida del símbolo #. Algunas están ligadas a acontecimientos de actualidad (#Iraelection) y otras se mantienen a lo largo del tiempo (#yoconfieso, #palabrasquemolan).



### Retweet (RT)

EL retweet es una de las formas más populares de “replicar” un tweet, de a poco fue cobrando importancia, hasta tal punto que Twitter está haciendo pruebas para adoptarlo de manera oficial. Si vemos algún tweet que nos interesó y queremos enviarlo nosotros también, solamente tenemos que anteponer “RT” al tweet copiado y pegado por el otro usuario. En los clientes de Twitter ya viene la opción de retwittear, lo que nos facilita la tarea.

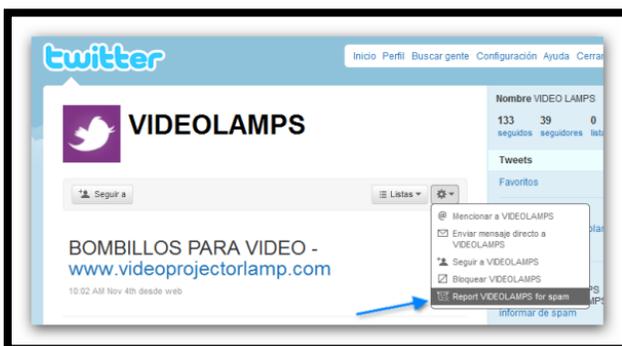


## Listas

Las listas son una característica nueva de la red social, básicamente es una función para poder ordenar a las personas que seguimos. Imagínense que quieren armar una lista con los bloggers que siguen en Twitter, para tenerlos en un sólo lugar y leer todo “filtrado”. A esa lista, si la hacen pública, cualquier persona las va a poder seguir y ver lo que los miembros de esa lista dicen.

## Reportar spammers

Obviamente, como en todos lados, los spammers se las ingenian para aparecer a molestar, pero con un poco de sentido común, nos damos cuenta quién es un usuario legítimo o quién está spammeando. Generalmente las cuentas de spammers tienen un avatar subidito de tono y en las actualizaciones envían sólo enlaces, que recomiendo no visitar, por muchos de ellos tienen porquerías, además siempre siguen a un número de usuario muy alto. Para deportar a un spammer tenemos que ir a su perfil, desplegar las opciones de usuario, y elegir “report xxx for spam”.



## Clientes para Twitter

La forma más cómoda para usar Twitter es mediante un cliente, una aplicación para poder enviar tweets desde el escritorio, así recibimos las actualizaciones de forma automática, podemos seguir y dejar de seguir usuarios, tenemos notificaciones cuando hay actualizaciones nuevas, accesos directos para responder, enviar mensajes directos o retwittear, etc.

Les dejo una lista con algunos clientes de Twitter:

- [Twhirl](#)
- [TweetDeck](#)
- [Seesmic](#)
- [TwitterFox](#)

## Conecta facebook con twitter

Facebook nos ofrece conectar ambas redes de dos maneras:

- Pudiendo publicar cualquier noticia que posteemos en nuestra página de fans de Facebook (actualizaciones de estado, enlaces, fotos, notas y eventos) como un Tweet nuevo.
- Siendo más selectivos, eligiendo qué se quiere compartir en Facebook y Twitter.

Los pasos a seguir son los siguientes:

1 – Nos dirigimos a la página <http://www.facebook.com/twitter/> y escogemos Vincular Twitter.

2 – Aparecerán las páginas de las cuales somos administradores. Escogemos la que deseamos conectar y otra vez le damos a Vincular con Twitter.

3 – Facebook nos redirige a la página de Twitter. Debemos autorizar a la aplicación para que Facebook utilice nuestra cuenta.



4- Ahora, en una página de Facebook, se nos confirma que ambas redes sociales están conectadas. Es en este momento cuando podemos decidir qué información de Facebook se va a compartir en Twitter.

Si queremos que ambas páginas vuelvan a ser independientes de nuevo siempre tenemos la opción de cancelar este vínculo.



## Myspace

Myspace (escrito antes por la empresa como MySpace) es un servicio de red social propiedad de Specific Media LLC y la estrella de pop Justin Timberlake. Myspace fue lanzado en agosto del 2003 y su base se encuentra en Beverly Hills, California. En agosto de 2011, Myspace contaba con 33.1 millones de visitantes en EEUU.

En julio del 2005, News Corporation adquirió Myspace e Intermix media por \$580 millones. De 2005 a 2008, Myspace fue la red social más visitada en el mundo, y en junio del 2006 sobrepasó a Google como el sitio más visitado en la red en los EEUU. En abril del 2008, Myspace fue sobrepasado por Facebook. Desde entonces, el número de usuarios de Myspace ha ido declinando en forma constante a pesar de varios rediseños. En septiembre del 2011, Myspace se encontraba en el lugar 91 de tráfico total en la red.

En junio de 2009, Myspace empleaba aproximadamente 1600 trabajadores. Desde entonces la compañía ha sufrido varios cambios y en junio del 2011, Myspace había reducido su personal a 200 personas.

El 29 de junio de 2011 Specific Media declaró que había adquirido MySpace de News Corporation en una transacción que incluye US\$35 millón de acciones y dinero en efectivo.

## Flickr

Flickr es un sitio web dónde se pueden subir fotografías. Si nos quedáramos e eso, tendríamos un almacén sin más, pero flickr ofrece más servicios y algo en particular muy interesante: una red social. Aunque nosotros podemos marcar el contenido como privado, podemos mostrar nuestras imágenes al mundo. Por ello nos relacionaremos con los visitantes que pueden, entre otras cosas, comentar las fotografías, verlas geolocalizadas (asignadas a un punto geográfico) e incluso publicarlas en sus propios blogs si hemos marcado nuestras creaciones con las correspondientes licencias Creative Commons.

Por tanto para sacar provecho de flickr no hace falta que nos registremos como usuarios, porque puede que encontremos lo que buscamos, pero solo así conseguiremos entender todas las posibilidades de este servicio de Yahoo.

### Crear una cuenta nueva.

Accedemos a la página principal de Flickr.



Tenemos varias opciones, entre ellas la de crear una cuenta nueva: *SignUp*.

Sign in to Yahoo!

Prevent Password Theft

Yahoo! ID:

Password:

Keep me signed in for 2 weeks unless I sign out. **New!**  
[Uncheck if on a shared computer]

Sign In

Forget your ID or password? | Help

**Don't have a Yahoo! ID?**  
Signing up is easy.

Sign Up

Nos envían a una página genérica de Yahoo. Si tuviéramos una cuenta en este portal podríamos asociarla introduciendo los datos en el panel de arriba. No es nuestro caso, vamos a crearla desde cero. Por tanto, seguimos con *Sign Up*. Vamos a crear una cuenta en Yahoo, necesario para empezar con Flickr.

YAHOO! flickr BETA

Already have an ID or a Yahoo! Mail address? [Sign In.](#)

Fields marked with an asterisk \* are required.

**Create Your Yahoo! ID**

\* First name:

\* Last name:

\* Preferred content:  ?

\* Gender:

\* Yahoo! ID:

\* Password:

\* Re-type password:

**If You Forget Your Password**

\* Security question:

\* Your answer:

\* Birthday:

\* ZIP/Postal code:

Alternate Email:

Aparece un formulario extenso. Lo primero que debemos hacer es seleccionar el *Preferred content* y elegir Yahoo! Spain. Automáticamente el formulario aparecerá traducido al español. Será la única parte del proceso que hagamos en castellano.

**YAHOO!** flickr en línea [Yahoo! - Ayuda](#)

¿Tienes ya una ID o cuenta de correo Yahoo!? [Entrar](#).

Los campos marcados con asteriscos \* son obligatorios.

### Consigue tu ID de Yahoo!

\* Nombre:

\* Apellido:

\* Sexo:

\* ID de Yahoo:   
La ID puede contener letras a-z, números 0-9 y guiones bajos.

\* Contraseña:   
Mínimo seis caracteres (ten cuidado, pues diferenciamos entre mayúsculas y minúsculas)

\* Reescribir contraseña:

Correo Yahoo:  **Crear mi cuenta gratuita de Correo Yahoo!**  
Tu dirección será la ID que elegiste, seguida de @yahoo.es

### Si olvidas tu contraseña...

\* Pregunta de seguridad:

\* Tu respuesta:   
Mínimo cuatro caracteres. Asegúrate de que puedas recordar tu respuesta y que nadie la pueda adivinar.

\* Cumpleaños:      
Mínimo cuatro caracteres. Asegúrate de que puedas recordar tu respuesta y que nadie la pueda adivinar.

\* Código postal:

\* País:

Correo electrónico alternativo:

### Ofertas especiales

Entrad en contacto conmigo de forma ocasional para informarme de ofertas, promociones, servicios y/o productos de Yahoo! y/o de terceros.

### Comprueba tu registro

\* Escribe el código aquí:  [Más información](#)

Con esto ayudas a prevenir registros automáticos.

**2B5B**

### Condiciones del servicio

Revise las siguientes condiciones y luego indique su conformidad. [Versión para imprimir](#)

C.I.F. B-61.710.737 y titular de una Autorización General de Tipo C para la prestación de los servicios de correo electrónico, de comunicaciones en tiempo real y de mensajería electrónica

Al hacer clic en "Acepto", está de acuerdo con aceptar las condiciones de Yahoo! (a) [Condiciones del servicio](#) y a lo estipulado en el [Centro de Integridad](#), y también (b) con recibir las notificaciones oportunas que envíe Yahoo! en formato electrónico.

**Registro finalizado: Bienvenido son5lineas!**

Hemos enviado un mensaje de confirmación a la dirección indicada. Lea el mensaje y siga sus instrucciones para activar su cuenta.  
También le recomendamos [imprimir esta página](#) para futuras consultas.

Tu ID de Yahoo: **5lineas**

Si olvidas su contraseña, le pediremos la siguiente información.

|   |                      |
|---|----------------------|
| Pregunta de seguridad: ¿Cómo se llama tu mascota? | Fecha de nacimiento: |
| Respuesta:  | Código postal:       |

Todo correcto, vamos a *Volver a Yahoo!*

Si llegados a este paso te has perdido puedes volver a la página principal de Flickr y volver a hacer click en *SignUp* para ingresar al sistema con la cuenta que has creado.

Opción elegida: crear una nueva cuenta en Flickr

## Welcome back!

**Make a new Flickr account** Or

**Choose your new Flickr screen name**

Puedes elegir un nombre de usuario diferente al de Yahoo

This can be different than your Yahoo! ID, you can change it later, and spaces are fine.

Note: Your use of the flickr.com site is subject to the [Yahoo! Terms of Service](#) and [Privacy Policy](#).

**CREATE A NEW ACCOUNT**

Una vez creada la cuenta se nos ofrece dos posibilidades: crear una cuenta en flickr o asociar una ya existente. Elegimos la primera opción: Basta escribir un nombre de usuario. No es necesario que sea el mismo que el de Yahoo.

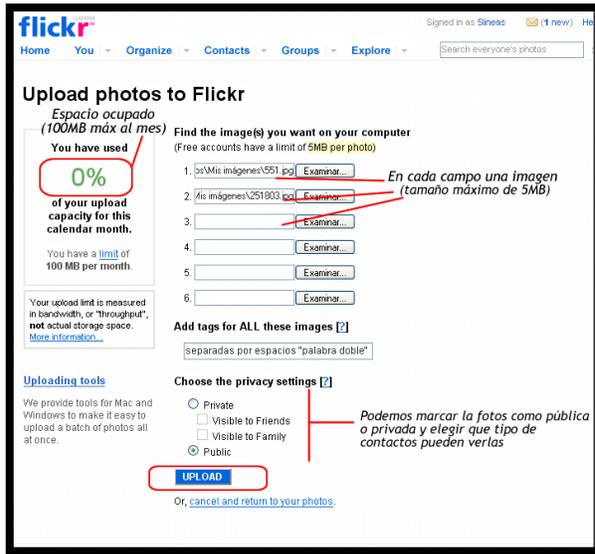
## OK. You're all set, 5lineas.

**Some pointers to get you started...**

- ◆ **Upload your first photo**  
The best place to get started!
- ◆ [Read the Community Guidelines](#)  
Find out what it means to be a member of Flickr.
- ◆ [Explore Flickr](#)  
There are so many photos around here it's tricky to know where to start, so why not just explore?

Nos dice que ya ha creado nuestra cuenta y nos ofrece tres opciones para empezar. Nosotros queremos subir ya mismo alguna fotografía (*Upload your first photo*)

## Subir nuestras primeras fotografías



Tenemos la posibilidad de subir hasta **100MB** de nuevas fotografías al mes. Si utilizáramos una cuenta de pago ese límite es bastante superior. Con el botón *Examinar...* o *Browse...* vamos seleccionando algunas imágenes para subir. La imagen no puede tener más de 5MB de tamaño. Debemos por tanto, si tenemos imágenes de esa calidad, reducir su tamaño o resolución con algún programa de edición gráfica.

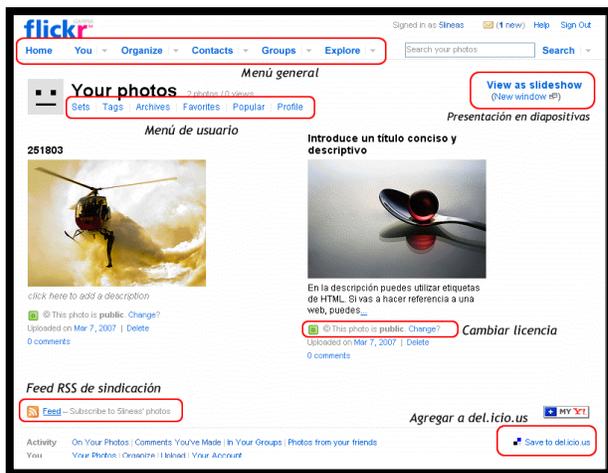
Como siempre en Web2.0 podemos añadir etiquetas (*Tags*) para clasificar nuestras fotografías. En este caso la sintaxis es separar las palabras por espacios. Si queremos añadir alguna etiqueta con más de una palabra, debemos hacerlo entre comillas. Por ejemplo: "castilla y leon". Preferiblemente no utilizaremos tildes ni eñes, aunque si tenemos la opción.

Podemos marcar la imagen como pública (todos la pueden ver) o privada. En este segundo solo podrán verla nuestros contactos, bien los marcados como familia (*Family*), bien los amigos (*Friend*).

Botón *Upload* y las imágenes comienzan a cargarse en flickr.



Una vez subidas, podemos escribir título (*Title*), descripción (*Description*) y etiquetas para cada fotografía. El consejo de siempre: título corto (no más de 10 palabras), pero descriptivo; descripción amplia, con la posibilidad de utilizar código HTML (etiquetas `<a href="">`, `<b>`, `<i>`... -aparentemente no funciona `<strong>`); etiquetas específicas para cada fotografía. Por supuesto todo esto podremos modificarlo de forma individual o colectiva más adelante. Click en **Save** cuando esté todo listo.



Las imágenes ya están en nuestra cuenta de flickr. Aparece nuestro icono representativo (puede cambiarse en *Profile*), el menú de usuario debajo (para ver nuestros álbumes de fotos -*Sets*-, etiquetas, archivo...), las fotografías y en la parte de abajo la fuente RSS de nuestra cuenta (para que puedan agregarlo a nuestro lector y saber cuando se actualiza) y el enlace directo a *Save to del.icio.us* para guardar el marcador en este servicio de favoritos online. En cada página aparecen estas dos posibilidades, asociadas al contenido que se presente.

Si pasamos el cursor por encima del título o la descripción de una de nuestras imágenes vemos que el fondo de ese campo se transforma en amarillo. Si hacemos click entonces vemos esto:





**Si es así, ingresa.**

\* Nombre:

\* Apellidos:

\* Correo electrónico:  No enviamos correo no deseado

\* Contraseña:  6 o más caracteres

\* País:

\* Código postal:  Únicamente tu región será pública, no tu código postal

Actualmente:

\* Empresa:

\* Cargo:

\* Sector:

Por favor selecciona el sector que mejor describa tus especialidades

[Únete a LinkedIn](#)

Si haces clic en el botón de arriba, estarás indicando que has leído, entendido y

LinkedIn te ayuda a...

**Volverte a conectar**  
Contacta y mantente conectado con colegas, compañeros de clase y clientes.

**Impulsar tu carrera**  
Encuentra contactos directos cuando busques un empleo o una oportunidad comercial.

**Preguntar a expertos**  
Tu red está repleta de expertos del sector deseoso de ofrecerte ayuda. ¿Quieres preguntar a alguno de ellos? Haz la prueba.

**¿Cómo quieres usar LinkedIn?**  
Para aprovechar LinkedIn al máximo, explícanos cómo piensas usarlo...

**Para encontrar:**  
¿Con qué puede ayudarte tu red?

- Encontrar empleo
- Encontrar puestos de consultoría o de contratación
- Volver a conectar con colegas de trabajo con quienes ha perdido el contacto
- Mantenerme en contacto con mis amigos y colegas de trabajo y al corriente de sus cambios profesionales
- Contratar a empleados o contratistas
- Vender productos o servicios a empresas
- Investigar tratos empresariales
- Buscar información de sectores, productos, o empresas
- Encontrar a profesionales interesados en mi nueva empresa o producto

**Para que se me encuentre:**  
¿En qué casos quieres que alguien se comunique contigo?

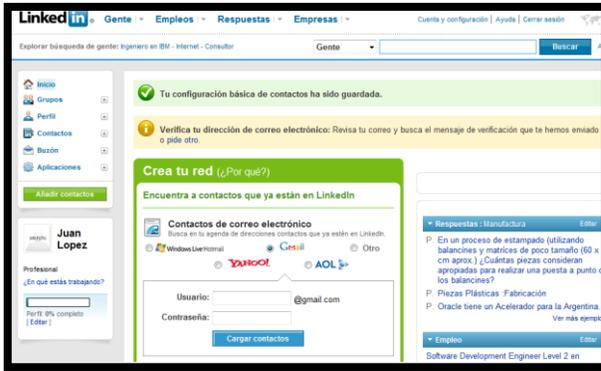
- Mensajes de amigos o colegas de trabajo que quieran volver a conectar contigo
- Peticiones de referencias para compañeros de trabajo, pasados o presentes
- Oportunidades profesionales
- Ofertas de contratos o de consultoría
- Preguntas relacionadas con mi puesto de trabajo u otro en mi empresa
- Propuestas de tratos para mi empresa
- Información relevante sobre sectores, productos o empresas
- Intercambio de información sobre nuevas oportunidades o productos

[Guardar configuración](#)

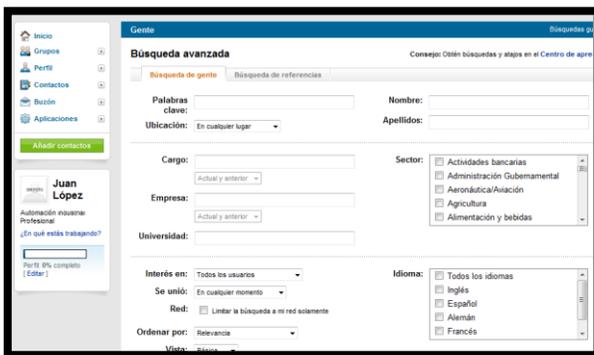
Cuando rellenes el formulario y tiques en la pestaña de “únete a LinkedIn” te seguirá esta ventana donde te hacen una serie de preguntas para saber qué es lo que buscas a través de LinkedIn... Tícamos lo que corresponda...

The screenshot shows the LinkedIn homepage for a user named Juan Lopez. The navigation bar includes 'Inicio', 'Grupos', 'Perfil', 'Contactos', 'Buzón', and 'Aplicaciones'. A notification states 'Tu configuración básica de contactos ha sido guardada.' Below this, there is a section titled 'Crea tu red (¿Por qué?)' with the sub-heading 'Encuentra a contactos que ya están en LinkedIn'. A 'Cargar contactos' button is visible. The right sidebar shows a list of posts and a search bar.

Y a continuación ya estaremos dentro de LinkedIn, en la zona de Inicio. Vamos a ver las partes de la pantalla principal de LinkedIn.... Se mostrarán diferenciadas por colores.



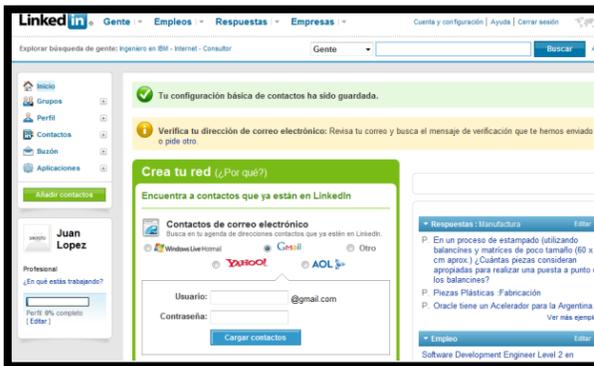
En la parte superior siempre encontraremos la barra de navegación que nos permitirá ir realizar diferentes búsquedas; de contactos, de empleos, empresas o hacer preguntas sobre algún tema y buscar/ mirar las respuestas. Los buscadores se muestran a continuación....



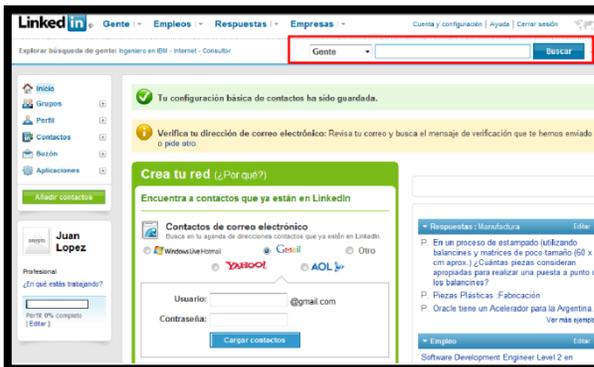
Permite localizar personas en LinkedIn.



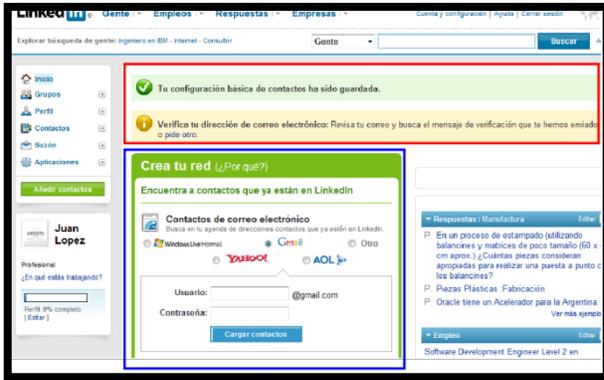
Permite localizar puestos de trabajo por palabras clave, países y código postal. También te señala la visibilidad que tiene tu perfil en la actualidad número de visitas tenidas y número de veces que ha salido en las búsquedas que han realizado los demás usuarios, además de consejos y notificaciones de empleos recientes....



Configurar nuestra cuenta: donde podremos modificar nuestros datos, el nivel de privacidad, notificaciones por correo electrónico....etc.... Ayuda, Cerrar sesión y cambio de Idioma.

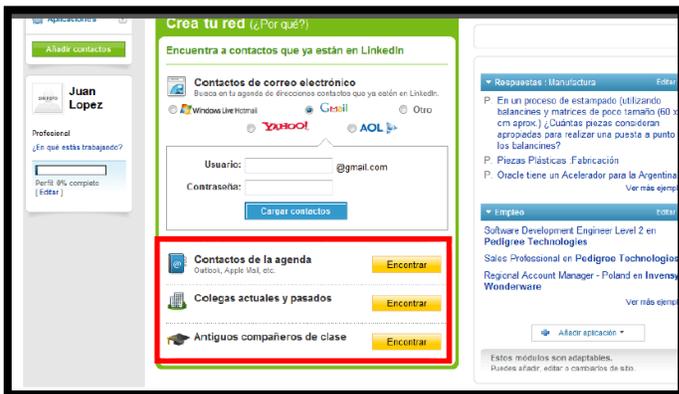


Buscador general de gente, empresas, respuestas, grupos, buzón de mensajes....

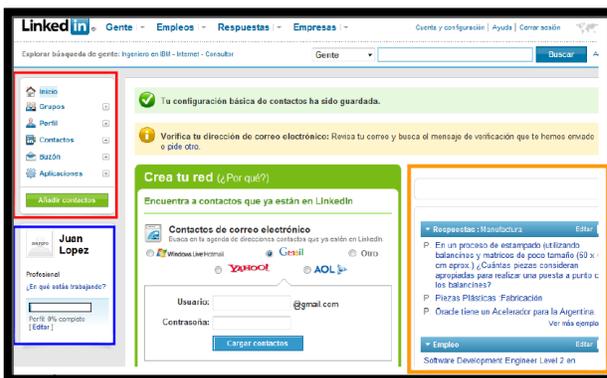


Zona avisos y notificaciones. (Rojo)

Zona que permite localizar/contactar con los contactos que tengamos en los servicios de correo de yahoo, aol, hotmail, gmail.... Etc. (Azul)



LinkedIn permite buscar compañer@s de trabajo o estudios actuales o pasados además de poder localizar los contactos que tengamos añadidos en nuestros correos electrónicos.



- ✓ Menú de LinkedIn (Rojo)
- ✓ Indicador de Perfil: nombre, fotografía y si está o no completo.(Azul)
- ✓ Zona de Aplicaciones: se muestran las ventanas de las aplicaciones que pongamos o añadamos a nuestro perfil.(Naranja)

# Dropbox

Dropbox es una herramienta para archivar y sincronizar documentos utilizando Internet, y como veremos mas adelante con alguna otra aplicación interesante. Requiere bajar e instalar un programa en cada ordenador, (crea una carpeta en el escritorio), aunque no es totalmente necesario, ya que puedes utilizar la herramienta utilizando un navegador conectado a Internet. También puedes utilizar dropbox desde los diferentes dispositivos móviles como IPad, iPhone, Blackberry y Android.

Hasta el momento, la capacidad de almacenamiento gratuito es de 2GB, aunque esta se puede aumentar. Dropbox ofrece un regalo en forma de 250 MB a los miembros que se registren a través del link de afiliación de otro miembro. Por lo que si os registráis a través de este link de mi cuenta aumentará vuestra capacidad de almacenamiento 250MB.

## Crear una cuenta en Dropbox

Entramos en la web <http://www.dropbox.com> y hacemos clic en iniciar sesion, nos aparece un menu desplegable para entrar en nuestra cuenta de Dropbox, en nuestro caso hacemos clic en crear una cuenta.



Nos aparece la siguiente ventana donde rellenamos los datos y aceptamos las condiciones.

A screenshot of the 'Crear una cuenta en Dropbox' form. The form has two tabs: 'Iniciar sesión' and 'Crear una cuenta', with the latter being active. The form fields include: 'Nombre', 'Apellido', 'Correo electrónico', and 'Contraseña'. Below the fields is a checkbox labeled 'I agree to Dropbox Terms' and a blue 'Crear una cuenta' button. At the bottom, there is a link: '¿Es nuevo Dropbox para ti? Échale un vistazo a nuestro...'

Una vez creada nuestra cuenta en dropbox ya tenemos un disco duro virtual, para subir nuestros documentos a la nube. Pero Dropbox es más.

## Funcionamiento de dropbox

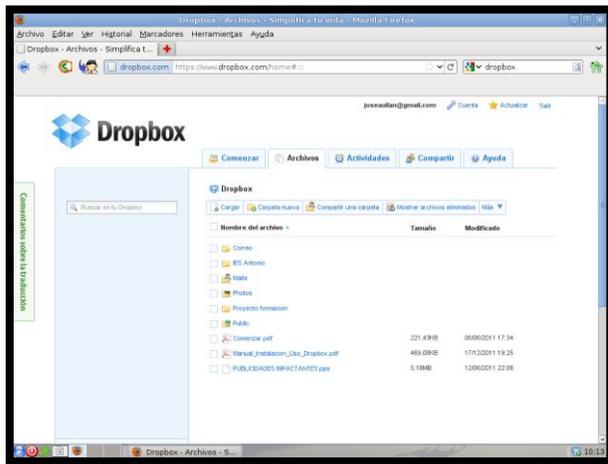
El manejo de Dropbox es fácil. Para comenzar está dividido en dos menús con sus correspondientes pestañas.

**Menú principal:** Es la ventana que aparece al inicio, cuando nos logeamos en ella encontramos las siguientes pestañas.

- **Pestaña Comenzar:** Pestaña con las tareas para conocer Dropbox y conseguir 250MB.
- **Pestaña Archivos:** En esta pestaña tenemos todas las opciones para trabajar con nuestro disco online: Crear carpetas, subir archivos, copiar, renombrar...

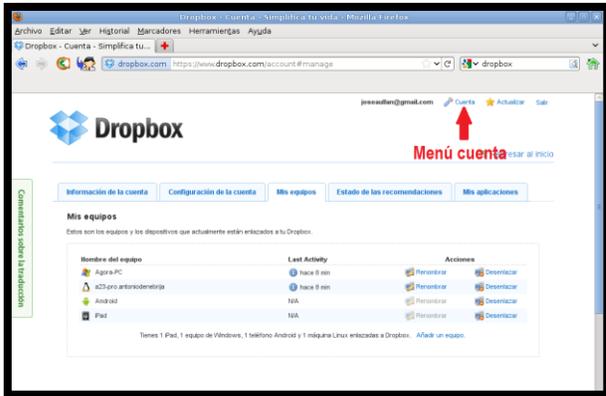
**Pestaña Actividades:** Encontramos un guión ordenado por fecha con las últimas operaciones (actividades), que hemos realizado en Dropbox y que podemos recuperar.

- **Pestaña Compartir:** Pestaña para editar las opciones de las carpetas compartidas.



**Menú cuenta:** Para acceder tenemos que hacer clic en Cuenta. Está dividido en varias pestañas donde configuraremos nuestra cuenta y obtendremos información del espacio que nos queda libre o en los equipos que tenemos instalado Dropbox.

- **Pestaña información de la cuenta:** Donde obtendremos una gráfica que nos informará de los MB que tenemos libres, compartidos, etc.
- **Configuración de la cuenta:** En esta pestaña podremos editar los datos de nuestra cuenta Dropbox. Ej: Contraseña, correo, ...
- **Mis equipos:** Nos informa de los dispositivos que tenemos enlazados en Dropbox y además podremos configurarlo.



## Carpetas compartidas

Con Dropbox podremos compartir una carpeta, siempre que los usuarios tengan cuenta en Dropbox. De dos formas:

- 1ª A través de la web de dropbox (pestaña archivos).
- 2ª Accediendo a la carpeta Dropbox de Windows, haciendo clic en el botón derecho de la carpeta que queremos compartir nos aparece el menú contextual como el de la imagen.

## Carpeta public

Los documentos que archivemos en la carpeta Public tienen la posibilidad de enlazarse a otras páginas o blog... Para realizarlo accedemos a la carpeta public seleccionamos el archivo y hacemos clic en triángulo y nos aparecerá el menú contextual por último seleccionamos copiar enlace público, de esta forma ya tenemos la url del archivo para crear un enlace al archivo.

## Recuperar archivos borrados

Dropbox guarda temporalmente una copia de los archivos borrados, para recuperarlos accedemos a la web de dropbox.com.

1. Clic en mostrar archivos eliminados en la pestaña archivos. Los archivos eliminados aparecen en gris y en la columna tamaño eliminado.
2. Seleccionamos el archivo a recuperar y hacemos clic en el triángulo del archivo para obtener el menú desplegable como el de la imagen.
3. Clic en restaurar.

## Youtube

YouTube es un popular sitio web para compartir videos. Sus usuarios pueden subir, visualizar y compartir videos con todo el mundo. El dominio YouTube.com

fue creado a mediados de febrero de 2005 por Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, antiguos empleados de PayPal. En junio de 2007, YouTube se lanzó en español, junto con versiones para Gran Bretaña, Irlanda, Brasil, Francia, Italia, Japón, Holanda y Polonia. YouTube contiene una gran variedad de videos que incluyen videoclips, series, películas y shows, muchos de ellos amateurs, pero muchos otros son contenidos con derechos de autor. Esto obliga a YouTube a acordar con los grandes productores de música y videos del mundo; de todas maneras recibe múltiples demandas por violaciones a los derechos de autor. YouTube también controla el contenido que sus usuarios suben, eliminando aquellos que considera que no cumplen sus políticas, o advirtiendo a sus usuarios en aquellos contenidos que pueden no ser apropiados para menores. De todas maneras, ciertos contenidos están terminantemente prohibidos, entre ellos la pornografía, la difamación, el acoso, el material con conductas criminales, etc. Mucho del contenido del sitio también es usado por otros medios, especialmente el televisivo. A veces se consiguen videos más rápidamente por YouTube que por agencias de noticias.

## Registrarse como usuario en Youtube

Para hacerse usuario del sitio Youtube usted debe dirigirse a la siguiente dirección y presionar la opción Crear cuenta: <http://www.youtube.com/>.



Luego debe completar un formulario con los datos que le muestra la interfaz que aparece a continuación. Debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. El nombre de usuario debe ser único ya que no se puede repetir con otro usuario existente.
2. Si quieres crear un canal público, debe seleccionar la opción **“Permitir que otros usuarios encuentren mi canal en youtube si tienen mi dirección de correo”**.

¡Bienvenido a la mayor comunidad para compartir videos del mundo!

- Busca millones de videos de partners y comunidades.
- Ayuda comentarios, puntuaciones y respuestas en video sus videos favoritos.
- Sube y comparte tus videos con millones de usuarios.
- Guarda tus videos favoritos para verlos y compartirlos más adelante.

Nombre de usuario:

Los nombres de usuario solo pueden contener letras (de W a A o Z) o números (del 0 al 9).  
Completar obligatoriamente

Ubicación:

Fecha de nacimiento:  /  /

Sexo:  Hombre  Mujer

Permitir que otros usuarios encuentren mi canal en YouTube si tienen mi dirección de correo electrónico

Me gustaría recibir, de forma ocasional, comunicaciones por correo electrónico relacionadas con noticias que YouTube considere que pueden interesarme

Términos de uso:  Revisa las Condiciones de servicio de Google y los Términos de uso de YouTube a continuación:

Términos de servicio:

Si subes material que no te pertenece, estarás infringiendo los derechos de copyright y la ley. Además tu cuenta se eliminará.

Al hacer clic en "Aceptar" a continuación, aceptas los Términos de uso de YouTube, las Condiciones del servicio de Google y la Política de privacidad.

Una vez insertado los datos correspondientes debe presionar el botón **Aceptar**, y le aparece un cartel certifiéndole que ya está registrado en YouTube.

YouTube   Usuario@youtube

[Inicio](#) [Videos](#) [Canales](#) [Suscripciones](#) [Historial](#)

Ahora estás registrado en YouTube.

**Información sobre cuentas**

- Nombre de usuario de YouTube: emilianaray
- Dirección de correo electrónico de cuenta de Google: usuarioyoutube@gmail.com

**Introducción al uso de YouTube**

- Personalizar la página de canal
- Subir y compartir tu video
- Establecer las preferencias para tu cuenta

## Acceder a la cuenta en Youtube

Tan sólo debe hacer click en la opción **Acceder** e introducir los datos para entrar.

YouTube     Crear cuenta

Videos que se están viendo ahora

Kristin Chenoweth and Sean Hayes at 2010 Tonys  
200779 reproducciones  
ee4v33

Katy Perry's Sexy Rubber and How to Win with a Tie  
14400 reproducciones  
bapqk

World Japanese Dubbing Ever! (fan is Bored 20)  
4000 reproducciones  
w8l

Thank You, Internet  
131072 reproducciones  
ZaDAnner

Godfrey, Stand Off  
211

He's got a license to kill within the agreed-upon multiple rules...  
collegatuner 23321 reproducciones

¿Quieres personalizar esta página de inicio?

Probar YouTube en un nuevo navegador web  
Descargar Google Chrome

Videos destacados

This Cat Drinks Like No Other!  
hace 3 días  
1440 reproducciones

Canoe Kayak Fishster  
hace 3 meses  
5003 reproducciones

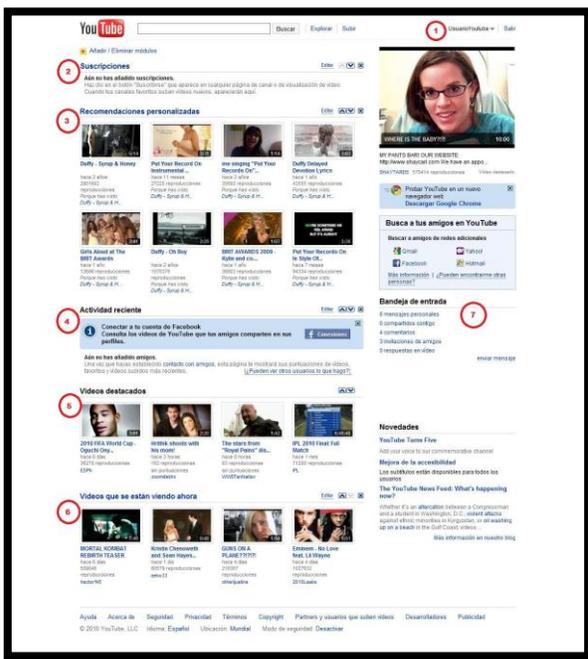
La cosa de la selección española...  
hace 6 días  
20527 reproducciones

June 3, 2010: Fitness Focus Part 2  
hace 6 días  
20481 reproducciones

Aparecerá una ventana en la que se solicita el nombre de usuario y la contraseña introducida en el proceso de la creación de la cuenta.



Tras pulsar sobre el botón '**Acceder**', aparecerá la página de inicio de la cuenta creada, pudiendo ver en la parte superior derecha el nombre de usuario.



1. Desde la flecha desplegable que aparece en la esquina superior derecha al lado del nombre del usuario de YouTube, podrá acceder a su Perfil y Canal.

2. Si nos suscribimos al Canal de otro usuario, las actualizaciones aparecerán en la sección **Suscripciones**.

3. En la sección **Recomendaciones personalizadas**, YouTube recomienda videos acordes a nuestros gustos.

4. En la opción **Actividad Reciente** se muestra el resumen de la actividad de nuestros amigos. Podremos ver los vídeos que han subido recientemente o los que han marcado como favoritos.

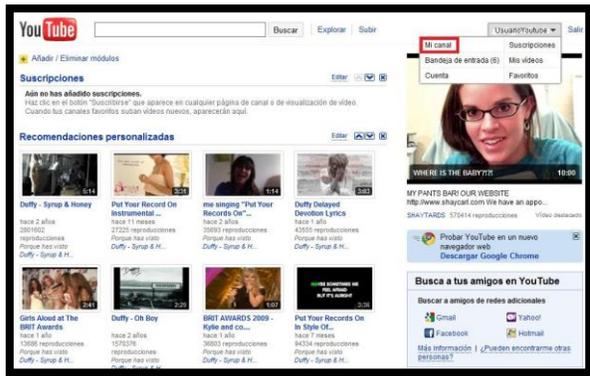
5. **Videos Destacados** nos muestra los videos más vistos en YouTube.

6. En **Videos que se están viendo ahora**, podemos ver todos los videos que se están reproduciendo en ese momento por otros usuarios.

7. En la **Bandeja de Entrada** recibiremos notificaciones de nuevos mensajes, comentarios o invitaciones pendientes.

## Acceder al Canal de Youtube

Para acceder a mi canal, despliego la flecha que se encuentra a la derecha del nombre de usuario de la cuenta de youtube y selecciono la opción **Mi canal**



Luego se muestra la interfaz de su canal de youtube.



## Subir Videos a YouTube

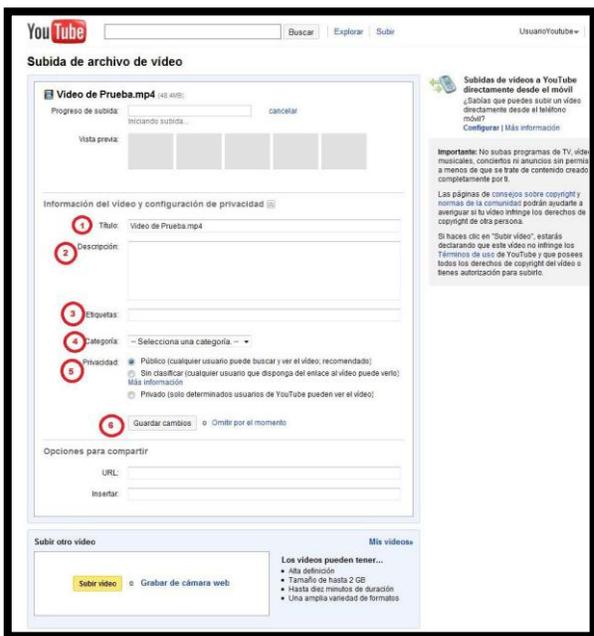
Para subir videos a nuestro canal de YouTube debemos apretar el botón subir que se encuentra en el lateral derecho.



Luego se muestra la siguiente pantalla donde debe seleccionar la opción **Subir video**:



Es importante que tanto las imágenes como la música de los vídeos cumplan los requisitos de Copyright. Los vídeos pueden tener **alta definición**, tamaño de hasta **2 GB**, hasta **diez minutos de duración**, y una **amplia variedad de formatos**. Una vez cliqueado en la opción **Subir vídeo** se muestra la siguiente interfaz que cargará el archivo subido.

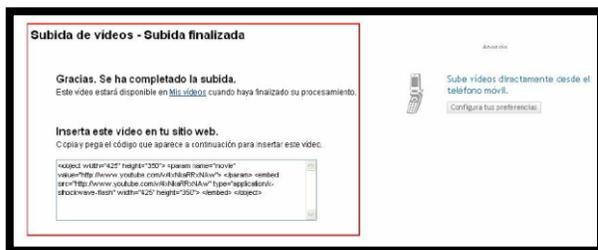


Mientras se sube el vídeo, podemos ir editando la información del mismo.

1. El **título** es un elemento clave, ya que en muchas ocasiones es la única referencia que tenemos sobre el contenido del vídeo.
2. En el campo de **descripción**, podemos incluir en formato texto la información complementaria al vídeo. Este texto nos dará posicionamiento en el buscador, por lo que es importante que sea completo.

3. Es necesario introducir las palabras clave que identifican a nuestro vídeo, separadas por comas en la opción **Etiquetas**.
4. Debemos seleccionar la categoría del vídeo que estamos subiendo en la opción **Categorías**.
5. Si el vídeo debe ser accesible para todo el mundo, hay que escoger la primera opción en **Privado**, de lo contrario la segunda opción.
6. Para finalizar el proceso pulsamos la opción **Guardar cambios**.

El proceso de subida dependerá de la velocidad de la conexión a Internet, y según YouTube las subidas de vídeos normalmente tardan entre 1 y 5 minutos por cada MB con una conexión de alta velocidad, además de unos minutos adicionales para realizar la conversión del vídeo. Tu vídeo se limita a 10 minutos de duración y a 1024 MB” Una vez finalizado el proceso de subida del video, aparecerá el siguiente mensaje:



## Mejores formatos para Videos

YouTube puede aceptar casi cualquier formato de vídeo para las subidas, pero hemos comprobado que la configuración que ofrece mejores resultados para la mayoría de los usuarios es la que se indica a continuación.

- ✓ Formato de vídeo: H.264, MPEG-2 o MPEG-4 preferiblemente
- ✓ Formato de imagen: Formato de imagen original sin formato apaisado (ejemplos: 4:3, 16:9).
- ✓ Resolución: Se recomienda 640x360 (16:9) o 480x360 (4:3)
- ✓ Formato de audio: MP3 o AAC preferiblemente
- ✓ Fotogramas por segundo: 30
- ✓ Duración máxima: 10 minutos (recomendamos 2-3 minutos)
- ✓ Tamaño de archivo máximo: 1 GB

## Administrar Videos

Para administrar los videos subidos debe dirigirse a **Videos subidos** a través de la opción **Mis Videos**.

