



El correo electrónico en las estrategias de Red

Experiencias en la Comunidad RedIRIS

Jesús Sanz de las Heras

Departamento RedIRIS (RED.ES)

Universidad de Alicante, 6 de Mayo 2004



❑ Tecnología web: Integración

- Política de diseño y edición
- Imagen corporativa, marketing, posicionamiento
- Evolución tecnológica

❑ Tecnología correo electrónico: Ausencia de integración

- Escasa presencia de políticas de correo electrónico
- No considerado en la **imagen** corporativa, ni en el **marketing**, ni en el **diseño** ni en el **comercio-e**
- Tecnología habitual “*Commodity*”

¿ Qué necesitamos cuando tenemos que ...

- Divulgar un evento (curso,congreso,jornadas etc)
- Intercambiar o distribuir informacion
- Anunciar nuevos servicios o productos
- Buscar colaboradores para proyecto de investigación
- Captar nuevos usuarios/clientes
- Retener a los ya adquiridos
- Aumentar los accesos a nuestro portal

CALIDAD del producto/información

DIRECCIONES de correo electrónico

Características correo electrónico

Es personal

- Comunicación entre Empresa y cliente/usuario

Es interactivo

- Permite conocer la opinión de los usuarios

Es multidireccional

- No solo emisor-receptor sino viral

Es la herramienta mas utilizada y asequible

- El 80% de los usuarios utilizan el correo electrónico

Es económico

Es solicitado

Es medible

- Podemos conocer de forma precisa los resultados

Correo electrónico vs. Web

Correo electrónico	World Wide Web
Mas económico	Menos económico
La información se envía al usuario	La información se recoge por el usuario
Proactivo. Actúa sobre el receptor sin esperar reacción	Reactivo. Se espera reacción del receptor
Herramienta de comunicación Uni y bidireccional	Herramienta de comunicación Unidireccional
Difunde la información	Almacena la información
Fomenta la participación	Fomenta la información
Listas de distribución,boletines	Foros vía web

❑ Problemas con el correo electrónico

- Seguridad: virus y spam
- Fiabilidad: ausencia de autenticación. Falsificación
- Filtros: Pérdida de información

Pérdida de confianza en el Correo Electrónico

❑ Razones

- Empresas, Instituciones...:
 - Ausencia de políticas (técnicas, jurídicas, internas) en las empresas
 - Desconocimiento de las posibilidades del correo electrónico
- Usuarios: Falta de in/formación.

❑ Soluciones

- Técnicas
- Fiabilidad y confianza en el emisor
- Ofrecer información calidad y formatos asequibles

Listas de Distribución

- ❑ Conjunto segmentado de direcciones de correo electrónico
- ❑ Tipo de Listas
 - **Externas:** alquiladas y distribución interna.
 - **Tecnologías** distribución externa.
 - **Propias:** recolectadas a través de servicios propios.

El correo como herramienta colaborativa y formación de comunidades virtuales

- ❑ Formato distribución
 - **texto:** legible por todos
 - **html:** muy creativo y efectivo, no legible por todos

Beneficios de Listas de distribución

- Rapidez** ... directo al usuario (buzón)
- Consolidación de **grupos humanos**
- Identificación** de los participantes. **Privacidad**
- Consolidan **grupos** temáticos
- Intercambio** de información específica
- Fomentan el **trabajo colaborativo**
- Permiten distribución **segmentada** de información
- Permiten diseñar **múltiples servicios** de valor añadido por correo
- Posibilidad de colocar **banners** (url o información) de apoyo
- Posibilidad de desplegar una **Malla de interconexión** entre listas temáticamente similares

Formatos de listas de distribución

Boletines o canales

- Distribución masiva y selectiva de información
- Flexibilidad de formatos

Foro de debate

- Intercambio de ideas
- Fuente de colaboradores

Revista electrónica

- Eficiencia de gestión
- Simplicidad

Canales de distribución masiva de información

¿Qué son?

- Distribución automática y selectiva de información unidireccional
- Bombeo de información desde diferentes fuentes

Beneficios para portales

- Distribución selectiva de la información
- Notificación de avisos
- Facilita el contacto con los usuarios
- Crea comunidad entre usuarios
- Servicios dinámicos de valor añadido



Organización interna de las listas de distribución

❑ Comité científico o administración

- Máximos responsables de la lista.
- Definen la política y objetivos.
- Responsables de la calidad.
- Responsables de la divulgación.
- Coordinar los debates del foro.

❑ Comité técnico

- Contacto con RedIRIS.
- Tareas de gestión de la lista.
- Responsables de los datos de los suscriptores

❑ Comité Asesor

- Propuesta de nuevas listas

Listas de Distribución y Comunidades Virtuales (CVUs)

❑ Lista de distribución

- Comunidad Virtual de Usuarios basada en Correo electrónico

❑ Comunidades Virtuales de Usuarios

Ampliación de Servicios de valor añadido

• **Servicios Síncronos**

- Listas de Distribución
- Creación/gestión de bases de datos
- Zonas privadas de trabajo en grupo (**BSCW**)
- Espacio web: dominio, formularios etc
- Directorio
- Sistemas de búsqueda y estadísticas
- Almacén y retransmisión de video

• **Servicios Asíncronos**

- Audio, video, texto conferencias

¿ Qué es RedIRIS ?

- ❑ RedIRIS es una **plataforma de comunicaciones** de alta velocidad que interconecta todos los centros de investigación e instituciones académicas españolas
- ❑ Esta plataforma está **conectada** a todas las redes científicas europeas y americanas
- ❑ El principal objetivo de RedIRIS viene siendo el **mantenimiento** óptimo de esta infraestructura de Red

¿ Qué es RedIRIS ?

□ RedIRIS fomenta y ofrece Servicios en Red para la Comunidad Científica española para que:

- Se Fomente el trabajo colaborativo
- Se desarrollen proyectos de investigación
- Se generen contenidos de calidad
- Se canalice y distribuya información de forma óptima
- Se potencie la creación y desarrollo de:

Redes Temáticas Científicas

Redes Temáticas Científicas

- Grupos de investigadores y/o profesionales unidos por una **temática e idioma común** que utilizando la Red permiten salvar los límites espaciales y temporales.
- Es un diseño basado en **grupos humanos** y no en instituciones
- Disponen de una plataforma de **herramientas telemáticas**.
- Permiten **compartir e intercambiar** información y conocimientos a través del **Trabajo colaborativo en Red** verdadero sentido y objetivo de Internet para el colectivo científico
- Propiciar la coordinación** del colectivo científico español y establecer lazos de unión con los colectivos latinoamericanos

Redes Temáticas Científicas

- Preparar colectivos de usuarios académicos y científicos para futuras tecnologías de red que se avecinan (videoconf, reservas de ancho de banda, redes virtuales).
- Soporte al desarrollo de Proyectos de Investigación.
- Concentrar y mejorar la **calidad de contenidos**.
- Fomentar la **difusión científica**
- Plataforma para la diseñar **nuevos servicios** telemáticos
 - Guía de Expertos
 - SARAC (Servicios de Acceso a Recursos de Alta Calidad)

Red de expertos

¿Quiénes son?

- Personas que **colaboran** con RedIRIS: administradores de listas u otros
- En teoría todo colectivo investigador
 - Pieza clave e imprescindible donde pivota el Servicio de Redes Temáticas de RedIRIS

Objetivos

- Gestionar foros
- Agrupar grupos de interés científico
- Proponer iniciativas
- Colaborar con RedIRIS.
- Inyectar recursos (SARAC)
- Colaborar con periodistas (Guía de Expertos)

Iniciativas RedIRIS basadas en *expertos*

□ Guía de expertos: **Difusión** recursos

- Punto de encuentro entre la ciencia española y los medios de comunicación. Colaboración con Universidad de Navarra
- Canal Expertos ↔ periodistas : Difusión científica

□ SARAC (Servicio de Acceso a Recursos de Alta Calidad): **Catalogación** recursos

- Generación de una base de datos de recursos científicos de calidad
 - catalogados por **documentalistas** (metainformación)
 - construida por **científicos** (“expertos”)

Iniciativas RedIRIS basadas en *expertos*

□ Revistas Electrónicas : **Generación** recursos

- **Fomentar** la publicación electrónica de contenidos de calidad
- **Certificar** a los autores para animar a publicar en estas e-revistas
- **Certificar** las e-revistas que cumplan los criterios definidos