

# **Geolocalización y Redes Sociales**

dos caras de la misma moneda

## **Introducción**

Hoy en día Internet son conversaciones, con la irrupción de la llamada web 2.0. se ha generado un cambio de modelo del primigenio 1.0., donde había una emisión de información unidireccional, de la web como escaparate al usuario sin capacidad de interactuar. En la actualidad los contenidos alrededor de Internet se generan de forma multidireccional, gracias a la existencia de numerosas herramientas gratuitas (opensource) con las que interactuar. El siguiente paso, la web 3.0. o semántica, ya se está desarrollando y consiste en integrar toda esa cantidad de información en función de las características de cada individuo (integración) y de una forma intuitiva en la web (interfaz).

El geomarketing aporta información para la toma de decisiones de negocio apoyadas en la variable espacial. Sirve para el "análisis geoespacial", que permite analizar la situación de un negocio mediante la localización exacta de los clientes, puntos de venta, sucursales, competencia, etc.; localizándolos sobre un mapa digital o impreso a través de símbolos y colores personalizados.

Las redes sociales en Internet se han convertido en un gran fenómeno social que revoluciona la forma de comunicarse y de interactuar. Un sistema abierto y en construcción permanente que involucra a conjuntos que se identifican en las mismas necesidades y problemáticas y que se organizan para potenciar sus recursos, una de sus características principales es la de gran capacidad de transmisión de información

El geoposicionamiento es una de los elementos estratégicos que se han consolidado en este año 2012. Las empresas empiezan a utilizar estos servicios como una forma de estar en Internet, de geolocalizarse en la red. Para ello hay que atender a diversos aspectos como son los mapas existentes (Google Earth, Maps, Bing y Open Street Map), la geolocalización de negocios (Google Local), la integración de contenidos (mashups) y el posicionamiento web (el SEO de los mapas), todo ellos sin dejar de citar la importancia de la movilidad (móviles y Realidad Aumentada) y de las redes sociales geoposicionadas (Foursquare). Todo ello con ejemplos de los sectores económicos que empiezan a integrar esta herramientas, desde los propios destinos turísticos hasta el transporte, el comercio, la educación, etc.

## **Objetivo**

Explicar el "Territorio Red" como el espacio entre el mundo digital y el mundo físico donde las personas interactúan formando redes y se interrelacionan con las empresas y las organizaciones públicas conformando un ecosistema humano sin fronteras.

Mostrar las posibilidades de interactuar en este territorio red a través de tres elementos unidos: geolocalizando nuestra ubicación (local) a través de

los dispositivos móviles (móvil) y compartiéndolo con nuestras Redes Sociales (social)

## 1. El mundo de la geolocalización: su potencial en Internet

Así pues, hoy en día la presencia de las empresas, municipios y organizaciones en Internet es básica. La geolocalización es el concepto que nos muestra dónde se encuentra dicha organización, pero también permite generar información sobre la misma, recibir comentarios y compartirlo en las redes sociales.

De esta forma se abren numerosas posibilidades para que la organización tenga su lugar en Internet, para conocer el entorno en que se mueve, es lo que se ha denominado SoLoMo: un mundo Social donde se comparte la información, local porque esa información es la que hay en un momento concreto en un lugar concreto y móvil porque gracias a los dispositivos móviles podemos realizar estas acciones.

## 2. Los mapas en Internet: la información geográfica en Internet

**Objetivo:** encontrar información geográfica en Internet

**Descripción:** Los mapas en papel, de diversas formas y tamaños, están pasando a formar parte de los museos como hermosas muestras de la antigua cartografía. En la actualidad una nueva generación de mapas se desarrolla en Internet a través de numerosos operadores que ofrecen una definición de la Tierra cada vez mayor y una cantidad ingente de datos geotiquetados.

### Herramientas:

- **Las IDEs o Infraestructuras de Datos Espaciales:** la cartografía oficial de las administraciones públicas que ofrecen de forma gratuita y con modelos estandarizados en toda Europa a través de la Directiva Europea INSPIRE
- **Los mapas de Google:** en dos dimensiones, en tres dimensiones, a vista de calle, con posibilidad de modificar mapas, la localización de los negocios, un sinfín de posibilidades que convierten a Google en el servidor de mapas más popular del planeta.
- **Apple Maps:** acaba de presentarse el Iphone 5 y Apple ha abandonado los mapas de su competidor Google para ofrecer su propia cartografía con una vertiente eminentemente móvil y con unas posibilidades de crecimiento enormes
- **Bing Maps:** Microsoft, el tercero en discordia en esta "Guerra de los Mapas" sigue mejorando siguiendo la estela de Google e intentando ofrecer

integraciones con otros productos para ofrecer un valor añadido que lo diferencia de éste.

- **Nokia Maps**: fue de los primeros en el desarrollo de los mapas en los móviles Nokia pero se quedó atrás, aun así no abandona y en estos momentos es el proveedor de cartografía del buscador Yahoo Maps.

- **Openstreetmap**: el Wikimapa, un mapa realizado por todos los usuarios y compartido de forma libre, la nueva revolución, a través de la colaboración se generan mapas de la forma más rápida posible y se ponen a disposición de todos.

- **Ikimap**: no se trata de un mapa sino de muchos, una forma muy sencilla de crear y obtener información geográfica de otros usuarios de forma colaborativa y teniendo como base a la mayoría de los mapas anteriores.

### **3. La Geolocalización Social: cómo compartir la información desde lo local**

**Objetivo:** analizar las opiniones de los usuarios y acercarnos a sus necesidades

**Descripción:** Ahora la información geográfica no se mira, se crea, no se analiza, se comparte, la geolocalización social hace que los usuarios digan dónde están y qué opinan de ese sitio, provocando un impacto cada vez más importante en **la reputación online** de los negocios.

#### **Herramientas:**

- **Foursquare**: es la herramienta "de moda", donde los usuarios dicen dónde están y qué opinan y a cambio se les dan "badges" a modo de premios digitales, pero también los negocios pueden hacer promociones e interactuar con los clientes a través de sus checkins en los establecimientos.

- **Google Local**: Google Places era la forma de geolocalizar un negocio en Google Maps, tras su unión con la red social Google Plus nace Google Local, un directo competidor de Foursquare que además incorpora la posibilidad de puntuar los sitios tras la adquisición de Zagat por parte de Google.

- **Yelp**: en EE.UU. es muy reconocida, en Europa está desembarcando. Una herramienta semejante a Foursquare pero muy dirigida al pequeño comercio y a la creación de una comunidad alrededor de éstos, su impacto ha hecho que incluso sea analizado en la Universidad de Harvard.

- **Twitter**: aunque se trata de una red social tiene un componente importante de geolocalización, podemos decir de dónde somos en la configuración y por tanto buscar a gente por lugares y también podemos

compartir nuestra ubicación en cada tweet. Además las herramientas anteriores permiten compartir también en Twitter, lo que hace que indirectamente tenga un componente de geolocalización social básico.

- **Facebook Places:** Facebook lo intentó con Places, con Deals, compró Gowalla y la cerró, abandonó la posibilidad de competir con Foursquare en su terreno pero no cesa en su empeño con hacerse un hueco en la geolocalización social, permitiendo que se integre Foursquare como aplicación por ejemplo.

## **Documentos de apoyo**

### **Comunidades de usuarios de cartografía**

<http://geoconnectpeople.org/>  
<http://gisland.ning.com/>  
<http://ign.go-learning.net/comunidad/>

### **Blogs**

<http://juanchosierrar.blogspot.com.es/>  
<http://blog-idee.blogspot.com/>  
<http://www.orbemapa.com/>  
<http://alpoma.net/carto/>  
<http://blog.gvsig.org/>  
<http://www.tecnomaps.com/>  
<http://www.cartesia.org/>  
<http://googlemapsmania.blogspot.com/>  
<http://es.gearthblog.com/>  
<http://googleblog.blogspot.com/>  
<http://googlegeodevelopers.blogspot.com/>  
<http://google-latlong.blogspot.com/>  
<http://www.corbax.com/blog/>  
<http://www.aleydasolis.com/>  
<http://geomk.com/>  
<http://ediamsistemas.com/>  
<http://bernatcomas.com/>