

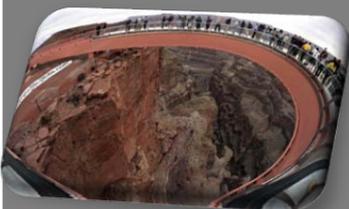
NOTICIAS DESTACADAS

Facebook comienza a vender tarjetas de regalo



+ [Más Información](#)

Bajar el Gran Cañón de Colorado con sólo hacer un click



+ [Más Información](#)



250.000 cuentas de Twitter, víctimas de un ciberataque

La red social Twitter ha anunciado la detección de un "ataque sofisticado" que podría haber entregado a los 'hackers' información personal de cerca de 250.000 usuarios, a los que recomendó que cambien y refuerzen la seguridad de sus contraseñas.

Según Bob Lord, Director de Seguridad de la compañía, los passwords de unos 250.000 usuarios pudieron ser robados, así como los nombres de usuarios, correo electrónico y otros datos. La red social estaba informando vía correo electrónico a los internautas afectados, cuyas contraseñas fueron invalidadas.

"Descubrimos un ataque en marcha y fuimos capaces de frenarlo pocos momentos después. Sin embargo, nuestra investigación hasta ahora indicaba que los atacantes pudieron tener acceso a información limitada de los usuarios -nombres de usuario, direcciones de e-mail, ID de sesiones y passwords- de unos 250.000 usuarios".



LO MÁS IMPORTANTE DE SOCIAL MEDIA

• 24 millones de tuits en la Super Bowl



La final de fútbol americano, la Super Bowl, disputada el domingo en Nueva Orleans (EE UU) generó 24,1 millones de tuits a lo largo de toda la celebración. Una cifra que superó ya en la primera mitad del encuentro a los mensajes enviados el año pasado, según los datos facilitados en el blog de Twitter.

+ [Más Información](#)

• Crean un mapa de Twitter en tiempo real



El programador Franck Ernewein, lanzó recientemente una página en la cual se pueden ver los puntos del planeta desde donde se generan tuits a lo largo y ancho del mapamundi y en tiempo real, según lo informó el creador.

+ [Más Información](#)

• El nuevo Community Manager será 4.0



El nuevo Community Manager es un profesional que debe gestionar cuatro grandes áreas, un profesional 4.0 que controle de forma activa el social media, el diseño web, el posicionamiento y la analítica web.

+ [Más Información](#)

ACERCA DE SISGECOM:

Compañía de comunicaciones especialista en servicios de gestión y análisis de medios sociales.



TECNOLOGIA DE PUNTA

A través de un sistema integrado para la monitorización y análisis de medios sociales SMMT, (único en el mercado) se procesa la información de las diversos Medios Sociales.



ESPECIALISTAS EN REDES SOCIALES

Expertos analizan e interpretan la información que diariamente es publicada en redes sociales.

Más información en:

Tel. 6433137

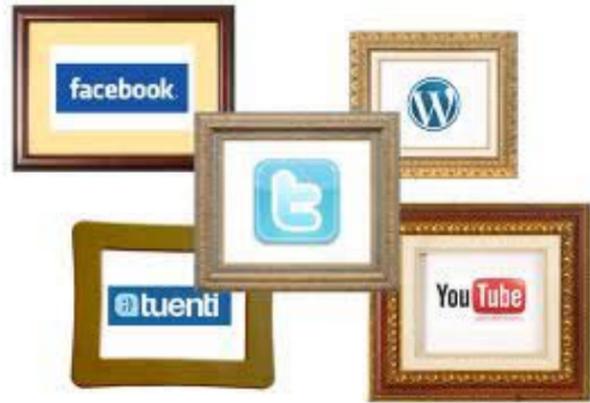
www.sisgecom.com.co

www.sisgecom.com

Fb [.com/sisgecom](https://www.facebook.com/sisgecom)

Sisgecom_pmi





Visitas pedagógicas 2.0

Aunque las instituciones educativas siguen invitando a los estudiantes a visitar este tipo de lugares, dado el conocimiento que ofrecen, centros de tecnología y cultura ahora hacen presencia en redes sociales para llegar de una manera más informativa e interactiva a sus públicos de interés.

En la actualidad, no podemos concebir el concepto de web 2.0 sin relacionarlo con las “redes sociales”. La sociedad de hoy se encuentra inmersa en ellas, por eso las organizaciones deben hacer presencia, si quieren ser competitivas.

Existen varias razones por las cuales este tipo de instituciones culturales y/o de ciencia y tecnología están incursionando en el mundo de las redes sociales:

1. Se atraen nuevos clientes reales y potenciales.
2. Es un canal más de comunicación con los públicos de interés.
3. A través de la figura imponente del Community Manager, las personas pueden obtener respuesta inmediata a sus sugerencias, reclamos o peticiones.
4. Se pueden desarrollar aplicaciones para hacer visitas virtuales.

Un estudio realizado por la fundación Telefónica en España, demuestra el auge que han tenido los museos del país ibérico al desarrollar estrategias de marketing digital.

“En 2006 las redes sociales empezaron a cobrar fuerza en el sector cultural y MySpace se convirtió en el espacio donde decenas de museos del ámbito anglosajón crearon perfiles sociales como un medio para establecer un contacto más directo con su público.

Este fenómeno, sin embargo, no tuvo calado en nuestro país y solo el Museo Nacional del Traje abrió, durante unos meses en 2008, un espacio en esta red.

En el año 2010 supuso el comienzo de esta explosión en el ámbito de los museos.

En estos momentos los museos empiezan a estar presentes en otras redes sociales puras más allá de Facebook, a utilizar masivamente distintos medios sociales de apoyo para distribuir su contenido (YouTube, Slideshare, Calameo, Issuu...) y a hacer un uso extensivo del *microblogging*” (http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2012013116530001&activo=6.do).

En Bogotá, el Museo Nacional, uno de los más representativos del continente latinoamericano ya posee cuentas oficiales en facebook y twitter; éstas buscan, principalmente, promocionar las actividades para los amantes de la cultura y el arte, y seguirlos invitando a participar de la programación en los espacios físicos con los que cuenta el museo.

Otro ejemplo de institución tecnológica y científica que se ha unido a la iniciativa de aparecer en redes sociales es Maloka. Bajo el lema “¡DA CLIC EN "ME GUSTA" Y DESCUBRE EL LADO DIVERTIDO DE LA CyT!” el centro interactivo busca que niños, jóvenes y adultos disfruten de las posibilidades que ofrece la ciencia y por supuesto las nuevas herramientas tecnológicas.

La tecnología no solo supone un cambio significativo en los procesos de aprendizaje y enseñanza; ahora juega un papel fundamental en los procesos de innovación educativa. Gracias a las redes sociales los usuarios pueden compartir sus experiencias en museos, centros de tecnología, bibliotecas, entre otros; se pueden capturar los mejores escenarios. Ese es en últimas, el mejor resultado que pueden obtener quienes están detrás de toda estrategia de marketing digital para este tipo de instituciones.



Paola Guzmán Vanegas
 Coordinadora de Proyecto / Sisgecom
 @paoguzmanv
www.sisgecom.com.co