

Industrias culturales en la web 2.0

Anexo. Estudio de buenas prácticas



Trànsit
Projectes



Banco
Interamericano
de Desarrollo
(BID)



MIF
FOMIN

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Escapada rural. http://www.escapadarural.com/</p>	<p>Portal de turismo rural que crea una serie de opciones para que los propietarios de alojamientos rurales en España puedan comunicarse entre ellos, compartir información, realizar consultas a la comunidad, y ofertar sus alojamientos en la red mediante la legitimación colectiva. La principal funcionalidad de la comunidad es la comunicación entre los propietarios de casas rurales con el objetivo principal de compartir experiencias e información de utilidad sobre todo tipo de temas relacionado con el negocio del turismo rural.</p>	<p>A favor: Agrupar gran cantidad de usuarios y colectivos. Nicho de mercado específico, personas y viajeros con interés en el turismo rural. No requiere un equipo técnico muy avanzado. Opera como una red social distribuida. Desarrolla una industria cultural y crea impacto económico</p> <p>En contra: La red social distribuida no genera el intercambio económico directo, el proyecto podría fortalecerse de contar con opción de venta directa a través de la web.</p>
<p>Tipología: Herramienta de colaboración / Venta de objetos físicos</p>		
<p>Folksonomía: Industria cultural, red social distribuida.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>We7. http://www.we7.com</p>	<p>Plataforma que permite la descarga gratuita, legal y segura de música, video y otras formas de entretenimiento digital para cualquiera que desee descargarlo. Una forma de proveer una ruta de contacto directo entre bandas y fans. El proyecto no genera descargas ilegales sino que proporciona un programa de "artist friendly" para combatir la piratería. La forma en que funciona es sencilla, está basada en los valores de perfil del usuario de las web 2.0. El usuario conforma un perfil entre sus datos geográficos, sus intereses y su tipo de descargas. El sistema inserta un promocional personalizado en su descarga.</p>	<p>A favor: Beneficio directo para el artista tanto económico como de difusión. El usuario es un beneficiario directo, descarga material gratuito. Agrupa a un gran número de colectivos. Infraestructura técnica. Nicho de mercado específico que incluso está ya segmentado por la propia industria musical.</p> <p>En contra: Personaliza la navegación en la manera de una web 2.0 pero sólo para interactuar con el sistema y crear un programa personal. El sitio es un canal de distribución o promoción, los usuarios tiene limitada interacción entre sí. No genera impacto</p>
<p>Tipología: Netlabel, Venta de objetos "físicos" / descargas.</p>		
<p>Folksonomía: Red social, Música, Arte vídeo, contactos.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Red de turismo cultural Galico-Portuguesa. http://www.rutadevivencias.com</p>	<p>Pretende potenciar las actividades de turismo cultural que se desarrollan en el área de la proximidad geográfica de Galicia y Norte de Portugal. La red pretende aprovechar los potenciales del turismo cultural y patrimonial de los dos países a través de un sistema de Coordinación y Gestión Transfronteriza. Busca recuperar y revitalizar los diversos elementos del patrimonio Galaico; Reforzar las identidades locales en un contexto de oferta conjunta; Generar nuevos flujos turísticos, incrementando y complementando la oferta turística a través de un producto de calidad que es la Red de Turismo Cultural</p>	<p>A favor: Implicación directa de diversos agentes locales, crea una red de diferentes ofertas turísticas que generan empleo y beneficios económicos directos para una zona geográfica en concreto. Nicho de mercado definido, turismo cultural interesado en el patrimonio. Beneficio económico importante</p> <p>En contra: Oferta servicios pero no hay proactividad en el uso del sitio. Es una red distribuida pero no opera de forma on-line. El sitio web es únicamente un contenedor de información y servicios, herramientas y contactos. Capacidad de difusión</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Media, arte, red social distribuida.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Artfactories. http://www.artfactories.net</p>	<p>Plataforma de recursos internacionales para centros de arte formados por iniciativas artísticas particulares que involucran a la comunidad. Es un sitio para informar, mediar, conectar y dar apoyo a espacios creativos autónomos alrededor del mundo. Trata de ayudar a que emerjan proyectos/espacio representándolos, promoviéndolos y dándoles apoyo logístico. Definiendo un proyecto/espacio como un lugar de creatividad, producción artística, experimentación, invención, convivencia, comunidad, taller y exhibición e material artístico.</p>	<p>A favor: Beneficiario directo: el creador del espacio (tallerista, expositor, artista). Agrupa a muchos colectivos tanto global como localmente; centenas de artfactories en el mundo. Definido el publico meta Involucra actores locales. Apoyo del Ministerio de Cultura y Comunicación de Francia.</p> <p>En contra: Funciona como red distribuida pero no en la web, la web sólo es una herramienta de información y aplicación. No hay un nicho de mercado porque no hay un beneficio comercial, hay un beneficio de financiación.</p>
<p>Tipología: Venta de objetos físicos</p>		
<p>Folksonomía: Industria-cultural.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Musicartistry. http://www.musicartistry.de/</p>	<p>Netlabel alemán puesto en marcha en 2003. Reúne una importante lista de artistas independientes alemanes. Ofrece múltiples recursos en su web, descargas gratuitas del material de sus miembros en formato comprimido, y ventas on-line de discos en físico. Como la mayoría de los netlabels obtiene otros ingresos organizando presentaciones de sus artistas. El usuario puede descargar no sólo el material de audio sino también el diseño de los materiales gráficos. Cualquier usuario que genere música y quiera pertenecer al netlabel puede enviar un demo vía la misma página web y el netlabel evaluará.</p>	<p>A favor: Es un espacio de red distribuida. Agrupa a un gran número de colectivos. Tiene un nicho de mercado específico. Genera beneficios económicos para los artistas. El usuario puede descargar de manera gratuita materiales. Desarrolla una industria creativa.</p> <p>En contra: El beneficio económico es limitado. No genera un impacto significativo en un territorio específico. No hay actores locales involucrados.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems de forma cerrada.</p>		
<p>Folksonomía: Arte música. Industria cultural. Red.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Telenoika. http://www.telenoika.net</p>	<p>Telenoika es una comunidad abierta de creadores y promotores audiovisuales sin ánimo de lucro fundada en 2000 por un grupo de personas interesadas en la cultura audiovisual. Funciona como una plataforma de nuevas iniciativas culturales, artísticas y sociales a través de la experimentación y la creación con las nuevas tecnologías audiovisuales. Telenoika está formada por un grupo de personas relacionadas con la creación audiovisual y el uso de las nuevas tecnologías que muestran un gran interés por la investigación y el desarrollo vías alternativas de comunicación humana y expresión artística.</p>	<p>A favor: Genera beneficio indirecto para suministradores y otros colectivos. Nicho de mercado y un público meta específicos. Agrupa a muchos colectivos y artistas. Equipo técnico adecuado. Es una red distribuida on-line: Ofrece una serie de consumos: talleres y visionados, comunidad.</p> <p>En contra: No genera negocio, es un suministrador de información y materiales compartidos. La plataforma carece de foros de interacción directa entre usuarios, su pro actividad se concentra en compartir recursos y ofrecer descargas.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems de forma cerrada.</p>		
<p>Folksonomía: Red, Arte, Media, Vídeo.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Ysinembargo.com. http://ysinembargo.com</p>	<p>Magazine independiente de arte, cultura, contracultura y sociedad, de descarga gratuita realizado desde diferentes ciudades del mundo. No es ni quiere ser una revista de ninguna nacionalidad específica. Su aparición es trimestral, coincidiendo exactamente con el cambio de estaciones. No es una publicación común, se genera en una red interna dispersa por el mundo. Se vincula y desarrolla otros proyectos culturales. Es un material libre de descarga gratuita vía Internet. El proyecto fundamental es la creación de la revista de descarga pero el sitio web funciona como un proyecto en sí mismo.</p>	<p>A favor: Beneficio indirecto para proveedores y otros colectivos, el espacio web se vincula con muchos otros proyectos. El proveedor principal, Estudio Prats, oferta servicios de diseño y gestión. Agrupa a muchos colectivos Es una red distribuida la que crea la revista en 69 ciudades.</p> <p>En contra: No genera negocio, es un proveedor de información y materiales compartidos. No hay un beneficiario económico directo. El proyecto principal no es una red social distribuida pero se vale de ciertos recursos y herramientas web 2.0.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems de forma cerrada (Oferta de objetos)</p>		
<p>Folksonomía: Arte, diseño, cultura, red, media.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Tangzania. http://www.tagzania.com</p>	<p>Tagzania une etiquetas con lugares. El usuario registrado puede añadir lugares a una cuenta personal, para ir creando y documentando sitios, mapas. Cuando añade un lugar, puede etiquetarlo con palabras clave. De ese modo, Tagzania no sólo le sirve para guardar sus propios mapas, sino que surgen territorios compartidos entre usuarios. Tagzania permite etiquetar el planeta, marcar en diferentes mapas los lugares visitados y registrar comentarios clasificándolo con etiquetas. Es una forma de localizar geográficamente diferentes tópicos. Herramienta útil para el turismo con posibilidades poco explotadas.</p>	<p>A favor: Agrupa a un gran número de colectivos y usuarios. Ofrece contenidos de libre acceso para el consumidor final. No genera negocio ni beneficio pero es utilizado como una herramienta de apoyo puede servir para atraer público (posibilidad turística).</p> <p>En contra: No hay implicación directa de agentes locales específicos. No genera ningún tipo de ingreso por lo que no hay un nicho de mercado específico. No desarrolla una industria creativa. No genera beneficio económico en una región específica.</p>
<p>Tipología: Herramientas de colaboración.</p>		
<p>Folksonomía: Red social distribuida, cultura, participación.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Mediamatic. http://www.mediamatic.net</p>	<p>Mediamatic es un espacio interesado en el desarrollo de propuestas culturales que vayan de la mano de las nuevas tecnologías y en nuevas tecnologías que provoquen el desarrollo y fomento cultural. Organizan exhibiciones, salones, lecturas, talleres, performances, desarrollan software y proyectos artísticos y, de forma irregular publican la revista Mediamatic Off-Line. De la mano se desarrolla el proyecto Mediamatic Lab que produce sitios web y software social para diversos clientes.</p>	<p>A favor: Obtiene beneficios, no lo hace a través de la web sino generando otros proyectos de negocio: proyectos multimedia, workshops, salones, etc. Desarrolla una industria creativa paralela a la web. Agrupa a muchos colectivos: apoya usuarios mediante un intership. Nicho de mercado.</p> <p>En contra: La infraestructura web no funciona como red distribuida. El beneficio directo es para el administrador web Mediamatic. No genera impacto económico en un territorio concreto.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems de forma cerrada.</p>		
<p>Folksonomía: Industria-cultural.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Barcelona Ibertur. http://www.gestioncultural.org/</p>	<p>Red de turismo arqueológico, destinada a estudiar, promover y comercializar una faceta poco conocida del turismo cultural en España, como es el arqueoturismo. La red consigue reunir a instituciones, museos, centros de interés, universidades y empresas privadas con la intención de promover el turismo arqueológico. La red de turismo arqueológico ha buscado financiación en las comunidades autónomas y también en fondos europeos como Interreg. La red se da a conocer también a través de Internet y ofrece la posibilidad de consultar una agenda sobre arqueología.</p>	<p>A favor: Agrupa un gran número de colectivos y usuarios. Ofrece contenidos de libre acceso para el consumidor final. No genera negocio a través de la web pero la formación de la red potencia actividades económicas en una zona y sector determinados. Actores locales implicados y beneficiados.</p> <p>En contra: El espacio web no es un espacio que opere en forma de red social distribuida, pero el proyecto si es una red distribuida que genera actividad económica.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Industria cultura, red, tradición.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>ArtNet. http://www.artnet.com</p>	<p>Artnet es un espacio para la compra, venta e investigación on-line de arte. El canal galería de art net es el más grande de su tipo con más de 1,8000 galerías dentro de su red en más de 250 ciudad del mundo. Incluye a 25,000 artistas de todo el mundo. El canal sirve tanto a vendedores como a compradores para proveer un sondeo del mercado y sus tendencias en precio.</p>	<p>A favor: Beneficio para el artista, la compra de su obra y la posibilidad de distribución por un medio alternativo (mayor alcance). Puede agrupar a un gran número de colectivos y artistas. Infraestructura necesaria. Nicho de mercado específico. 1.900.000 entradas de ArtNet en Google.</p> <p>En contra: No es una red social distribuida. Puede operar a manera de red entre artistas y colectivos pero la web eso sólo el punto de venta, una galería on-line. Acceso limitado por la capacidad de compra. Poca implicación de los miembros.</p>
<p>Tipología: Venta de objetos físicos.</p>		
<p>Folksonomía: Industria-cultural, Red.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>A Swarm of Angels. http://aswarmofangels.com</p>	<p>Proyecto de producción colectiva de proyectos audiovisuales independientes. Es la primera productora fundada en Internet para equipar, distribuir y producir films. El proyecto colaborativo busca atraer 50,000 subscriptores individuales de Swarm of Angels, cada uno contribuye con 25 libras para la producción. El material resultante (filme) se enmarca dentro de una licencia Creative Commons, lo que permite a los socios colaboradores descargar, compartir y remezclar el material original del proyecto.</p>	<p>A favor: Beneficiario directo: el creador. El objetivo es componer un material independiente, los usuarios colaboran para que se pueda producir. Agrupa a un número importante de socios. Equipo técnico necesario. El producto final también permite beneficio al socio. En copyleft.</p> <p>En contra: Dificultad logística, necesidad de gran cantidad de socios. No hay un producto comerciable, es un producto libre intercambiable sin costo. No opera como red social distribuida. Dificultad de integración al proyecto. No genera impacto.</p>
<p>Tipología: Creación colectiva.</p>		
<p>Folksonomía: Arte vídeo, Creación colectiva (Producción).</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>MIGA. http://www.miga-label.org</p>	<p>Colectivo de creativos audiovisuales formado en el año 2004, establecido en Granada, y que acoge las propuestas actuales más arriesgadas del sur de Europa. Toda forma de representación artística es bien acogida dentro de Miga. Dj's, video-jockeys, live music, net art, diseño gráfico, video experimental, fotografía o electroacústica tienen cabida en su interior, para desde allí desarrollar, nutrir y expandir su idea o proyecto. www.miga-label.org es un sello audiovisual de descargas gratuitas y distribución libre, y responde a la necesidad creativa de sus fundadores, actuar frente a los mercados.</p>	<p>A favor: Agrupa a diferentes colectivos de creación. Tiene un nicho de consumidor identificado. Equipo técnico necesario. Distribuye el material de forma gratuita y libre para el usuario final. Cuenta con actores locales y globales implicados.</p> <p>En contra: No genera negocio, hace una distribución libre de materiales. No tiene amplia presencia en otros espacios. No ofrece grandes herramientas de interacción, pero funciona. No desarrolla una industria creativa ni genera impacto económico.</p>
<p>Tipología: NetLabel.</p>		
<p>Folksonomía: Arte vídeo, Arte música, Industria Cultural.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Animatek.net. http://www.animatek.net</p>	<p>Portal web gestionado por Miga, reúne contenidos basados en información sobre cultura digital, música electrónica, actividades de otros colectivos, nuevos derechos de autor y leyes Copyleft, festivales de música o video creación, además de disponer de un foro abierto de opinión. Sirve como medio difusor de actividades en toda España, y en especial en Andalucía.</p>	<p>A favor: Público objetivo específico, creadores y consumidores de cultura digital e interesados en nuevos derechos de autor. Puede agrupar a muchos colectivos y usuarios. Buena capacidad de difusión dentro de su género. Equipo técnico adecuado. La web es una red social distribuida.</p> <p>En contra: No hay un beneficiario directo. No genera negocio, es un suministrador de información y materiales compartidos. Es una red social distribuida que comparte ítems pero carece de elementos integradores y de una logística que apoye la idea.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems de forma cerrada.</p>		
<p>Folksonomía: Red social distribuida. Afinidades, cultura, video, música.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Común denominador. http://comundenominador.com</p>	<p>Es un espacio abierto en el que puedes publicar, leer, valorar, comentar y proponer noticias, artículos e historias de cultura. Más que un contenedor estático de información, comundenominador.com pretende ser una plataforma de difusión y discusión, generadora de reflexión crítica, experimental e independiente. Manejado con un software libre, opta por la accesibilidad, la sindicación y los estándares y que a su vez aprovechara las ventajas de la Web 2.0.</p>	<p>A favor: Creación colectiva de conocimiento y una interacción para compartirlo operando como web 2.0. No hay un beneficio económico directo pero hay una oferta gratuita al usuario. El suministrador se beneficia, proyecto vinculado a otros proyectos que si venden servicios. Nicho.</p> <p>En contra: No genera negocio directamente. No tiene amplia presencia en otros espacios. Al compartir y valorar esos ítems no se genera un beneficio directo para un sector. No genera una industria creativa. No provoca impacto económico.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems de forma cerrada.</p>		
<p>Folksonomía: Red social distribuida, cultura, participación, afinidades.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Escoitar.org. www.escoitar.org</p>	<p>Es una comunidad en red abierta cuyo objetivo es recuperar la memoria sonora de Galicia. La puesta en valor de ese patrimonio inmaterial, restauración del patrimonio sonoro anterior y la participación de los oyentes en la configuración de ese patrimonio. El espacio web fundamentalmente funciona para crear una red de contenidos sonoros agrupados por medio de categorías que el usuario puede enriquecer o descargar. Se trata básicamente de un banco de pequeños podcast que recuperan diferentes sonidos de la vida cotidiana.</p>	<p>A favor: Posibilidad de agrupar a muchos colectivos y usuarios. Nicho de consumidor específico. Equipo técnico necesario. Red social distribuida que opera de forma muy básica pero que consigue su objetivo. Crea un archivo que puede tener otras posibilidades más allá del mero banco de datos.</p> <p>En contra: No genera ningún beneficio económico, su valor es patrimonial. Proyecto de muy pequeña escala. No desarrolla una industria creativa ni provoca un beneficio económico concreto.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Red social distribuida, cultura, patrimonio.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Ultraperiferiadigital. http://ultraperiferiadigital.com/</p>	<p>Web sobre el arte digital que se desarrolla en el ámbito del Archipiélago Macaronésico (Entorno de Creadores e Intérpretes de la Macaronesia), en colaboración entre Canarias, Madeiras, Azores y Cabo Verde; siendo este un proyecto promovido por el Cabildo de Gran Canaria a través de Interreg III B, de la Comunidad Económica Europea. Su intención desarrollar en una plataforma de intercambio de datos y colaboración entre las distintas regiones que conforman la Macaronesia, basándose en la circulación de información, a la vez que fomentar y estimular la investigación en el ámbito del arte digital.</p>	<p>A favor: Incluye un número importante de colectivos. Implica a agentes locales y trata de crear una red regional que fortalezca creadores en el exterior. Tiene definido su público objetivo. Los creadores cuentan con el equipo técnico necesario. Es una red social.</p> <p>En contra: No genera beneficio económico. Comparte información pero no oferta servicios. Proyecto de muy pequeña escala. No hay un nicho de mercado, no hay posibilidad de negocio. No es una industria creativa. No genera beneficios.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Media, arte, red social distribuida.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Dejaboo. http://dejaboo.net/</p>	<p>Dejaboo es una red social cultural. Un espacio para el encuentro de la gente que quiere compartir sus opiniones sobre música, libros y discos. En él se pueden descubrir nuevos autores, nuevos grupos, y nueva gente cuya opinión puede resultar interesante para el usuario. Dejaboo fomenta la aparición de comunidades con gustos parecidos, donde todos se pueden beneficiar de aportar su punto de vista. En su espacio se encuentran reseñas; perfiles; contactos; marcadores y servicios de actualización.</p>	<p>A favor: El proyecto es una red social distribuida on-line. Puede agripar a un gran número de usuarios. Tiene un público meta bien definido. Ofrece contenidos de acceso gratuito. No requiere un gran equipo técnico por lo que tiene cubierto este aspecto.</p> <p>En contra: No genera ningún tipo de negocio. No desarrolla una industria creativa ni provoca impacto económico directo en un territorio.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Red social distribuida. Participación. Contactos.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Gran canaria trip.com http://www.grancanariatrip.com</p>	<p>Red social y empresarial del turismo de la isla de Gran Canaria (Islas Canarias). La red es totalmente autónoma. Permite poner en contacto tanto a empresas como turistas y residentes, pudiendo las primeras ofertar y vender si lo desean sus servicios en la red de forma directa a los clientes. Para ello la red dota a todas las empresas de un sistema, a modo de servicio, con el que contarán con todas las herramientas necesarias. A su vez esas herramientas las pueden implementar en sus propias webs (o hacerse una con el propio sistema) de manera muy sencilla y sin conocimientos informáticos.</p>	<p>A favor: Agrupa a muchos colectivos. Nicho de mercado específico. Equipo técnico necesario, dentro de destinum.com, un sistema que permite el desarrollo de redes turísticas. Es una red social distribuida. Cuenta con capacidad de difusión, red que agrupa a diferentes proyectos.</p> <p>En contra: No desarrolla una industria creativa, desarrolla una industria de servicios. Esos servicios pueden tener una orientación turística pero no en todos los casos ofertados.</p>
<p>Tipología: Venta de objetos físicos (y servicios) / compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Industria-cultural, red social distribuida, turismo.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Novica. http://www.novica.com/</p>	<p>Novica es una plataforma ofrecida a artistas y artesanos de zonas con pocas posibilidades de difusión para que sus productos puedan ofertarse en un mercado global. Se trata de utilizar la plataforma de Internet para ofrecer esas creaciones bajo valores de los que esos productos pueden beneficiarse gracias al mercado global. Novia intenta crear un puente entre el usuario de la plataforma y el artista disperso en alguna región del mundo. Estableciendo un contacto con el origen del producto para que el comprador sepa a quién le está comprando y que manos han creado ese producto.</p>	<p>A favor: Agrupa un gran número de colectivos y artesanos. Tiene un nicho de mercado específico identificado. Equipo necesario. Desarrolla una industria creativa. Genera impacto en una serie de territorios concretos. Buena difusión, legitimado y auspiciado por National Geographic.</p> <p>En contra: No opera como una red social distribuida online. Tiene algunas opciones para que el usuario personalice su navegación y compra, para que establezca un contacto con los artistas y seleccione sus favoritos, pero no hay una interacción.</p>
<p>Tipología: Venta de objetos físicos.</p>		
<p>Folksonomía: Red-social-distribuida, industria-cultural.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>TECNO BREGA. No tiene un sitio web.</p>	<p>Industria cultura que funciona en Brasil. Agrupa de forma colectiva diferentes Dj's y músicos de Brega que ofrecen conciertos cada fin de semana con los que financian las operaciones del colectivo. Destaca la forma de distribuir su música grabada, considerada por ellos como mera publicidad. Se ceden los derechos de las grabaciones y los cd's y dvd's de los conciertos son distribuidos de forma muy económica por los vendedores ambulantes de material pirata. Obtiene otros ingreso mediante fiestas y presentaciones en las que tocan los músicos del colectivo.</p>	<p>A favor: Agrupa un gran número de colectivos y artistas. Nicho de mercado específico identificado y explotado. Equipo tecnológico necesario. Desarrolla una industria creativa. Genera impacto en una serie de territorios concretos. Buena difusión. Cuenta con una red importante de distribución.</p> <p>En contra: Poca o nula operatividad en la web. Es un ejemplo destacado de industria cultura que opera mediante trabajos en red pero el proyecto no se vincula a una plataforma web.</p>
<p>Tipología: Venta de objetos físicos (y servicios).</p>		
<p>Folksonomía: Industria-cultural, red.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>TRAMA. http://tramavirtual.uol.com.br/</p>	<p>Una de las discográficas brasileñas más importantes. El espacio ofrece una amplia gama de música independiente de Brasil. Dentro del espacio virtual ha incorporado una opción de descarga de audio gratuita. La descarga retribuye en una remuneración directa para el artista. Esto gracias a un aporte de dos empresas privadas brasileñas, el Banco Real y Cerveza Sol. El usuario descarga el track, el material incluye un previo de publicidad que está activo durante unos días. Después se desactiva y el usuario disfruta del track bajado. La publicidad se personaliza mediante un perfil para acceder al sitio web.</p>	<p>A favor: Reúne a un número importante de artistas. Nicho de mercado específico. Equipo técnico necesario y con la difusión requerida. Desarrolla una industria creativa y provoca un impacto en un territorio y un sector las descargas son retribuidas de forma directa a los artistas por los partners.</p> <p>En contra: El espacio web utiliza las formas del Net-Label pero la interacción entre usuarios es muy limitada, hacen falta herramientas para una verdadera participación y comunicación entre usuarios.</p>
<p>Tipología: NetLabel.</p>		
<p>Folksonomía: Industria-cultural.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Nene Records. http://www.nenerecords.net/</p>	<p>Espacio de promoción, producción y distribución de música alternativa de Monterrey, México. La música es capturada en formatos digitales y distribuida de forma gratuita por medio de podcats descargables de su página de Internet. El proyecto no comercializa el material, los músicos son dueños de su producto generado. El único producto comercializable son unas ediciones especiales de los materiales grabados y subidos a la web para su distribución gratuita, hechos a mano y ofertados en las fiestas y presentaciones que Nene Records organiza en la ciudad.</p>	<p>A favor: Reúne a un número importante de colectivos y artistas. Público meta identificado, Monterrey tiene una escena musical independiente muy sólida. Desarrolla una industria creativa y provoca un impacto en un territorio y un sector específicos, ingreso es pequeño para el proyecto.</p> <p>En contra: Espacio muy limitado, no opera como red social distribuida. A pesar de desarrollar una pequeña industria creativa el ingreso que genera no provoca un impacto económico significativo. Proyecto pequeño y joven.</p>
<p>Tipología: NetLabel.</p>		
<p>Folksonomía: Industria-cultural, contactos, participación.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Pueblo Nuevo. http://www.pueblonuevo.cl</p>	<p>Sello virtual o net-label cuyo propósito principal es proveer de una vitrina para la difusión del trabajo artístico de autores tanto chilenos como de cualquier otro lugar del mundo, en manifestaciones artísticas ligadas al uso de tecnologías digitales, tales como música electrónica, gráfica, net-art, fotografía, etc. Pueblo Nuevo no es una productora de eventos, pero si apoya las iniciativas que surgen en forma personal o colectiva de los distintos músicos que publican sus trabajos en el netlabel. No persigue fines de lucro. Obras exhibidas bajo libre distribución bajo la licencia "Creative Commons". Nocobra por "bajar".</p>	<p>A favor: Agrupa a un gran número de colectivos y artistas. Cuenta con el equipo necesario para desarrollar su actividad. Desarrolla una posible industria creativa. Genera material de libre acceso para el usuario otorgándole un beneficio como consumidor final. Funciona como un NetLabel.</p> <p>En contra: No genera negocio por lo que no hay un beneficio económico directo en un territorio específico. Proyecto pequeño carece de presencia y difusión. No desarrolla una industria creativa, todo su material es ofertado de forma gratuita.</p>
<p>Tipología: NetLabel.</p>		
<p>Folksonomía: Industria cultural, compartir, Arte Música.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>HappyFi. http://www.happy-fi.com/</p>	<p>Sello disquero mexicano y colectivo a la vez de artistas. El sello se encarga de administrar y dirigir el sello, "decidiendo la manera como su música será o no comercializada". Su base de operaciones se encuentra en la ciudad de Monterrey, Nuevo León. Desde el 2006, Happy Fi tiene un contrato como Label sub-sello de la trasnacional EMI Music, mediante el cual sus discos son distribuidos en la República Mexicana. Al pertenecer al sello el material ofrecido en la web no es gratuito, pero permite que el usuario acceda a los materiales de audio y video para consumirlos en línea sin ningún pago previo.</p>	<p>A favor: Agrupa a un gran número de colectivos y artistas. Cuenta con el equipo necesario, el proyecto es un sub-sello a manera de NetLabel de la disquera EMI en su filial mexicana. Desarrolla una industria creativa que genera un impacto económico importante en un sector y en una región específica.</p> <p>En contra: A diferencia de la mayoría de los NetLabels no oferta el material de forma gratuita, pero permite su libre reproducción y acceso vía web. La página no es una plataforma web 2.0, su única cercanía son sus opciones de reproducción libre.</p>
<p>Tipología: NetLabel / Venta de objetos físicos.</p>		
<p>Folksonomía: Industria cultural, Arte Música.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>ParqueSoft. http://parquesoft.com</p>	<p>Uno de los principales proveedores de Productos y Servicios en Tecnologías de la información y relacionadas de América Latina. En un innovador modelo de asociación está consolidando el cluster de Arte Digital, Ciencia, Tecnología y servicios relacionados más importante de Colombia y uno de los más sobresalientes de América Latina, integrando más de 300 empresas especializadas en su red de Parques Tecnológicos de Software en las principales ciudades de Colombia. ParqueSoft tiene como meta para el año 2010 desarrollar más de 1,000 empresas de Tecnología Informática y relacionadas. Ha realizado benchmarking internacional con proyectos similares alrededor del mundo, ha visitado la Industria de Software en la India, Irlanda y recientemente en el Valle del Silicon.</p>	<p>A favor: Reúne a un número importante de empresas y propuestas. Hay un público meta identificado. Implica a actores locales. Cuenta con la tecnología necesaria. Desarrolla una industria y genera beneficios en un territorio en específico.</p> <p>En contra: La página web no es un espacio para la operación de la red, solamente da información sobre el proyecto y muestra ejemplos. Sólo una pequeña parte de la red está dedicada al cluster de Arte Digital.</p>
<p>Tipología: Venta de objetos físicos</p>		
<p>Folksonomía: Industria cultural, web, media, red distribuida.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Container-inc.org http://www.container-inc.org/</p>	<p>El netlabel que distribuye álbumes de bandas brasileñas del género noise/post-industrial. Es un espacio virtual que promueve diferentes trabajos colaborativos en música cimentados bajo la obra de los promotores del sitio, los músicos Carlos Morevi y Theo Cordeiro. Trata de ser un núcleo de manufactura sonora concentrado en el género noise/post-industrial pero abierto a otros derivados de la música electrónica experimental. El sitio produce su propio material gráfico posibilitando que el usuario que no se conforme con la descarga pueda comprar un cd. El label promueve también una serie de shows.</p>	<p>A favor: Agrupa a un número importante de colectivos y artistas. Desarrolla una industria creativa y provoca un impacto económico (pequeño) en un territorio. Hay actores locales implicados y cuenta con los medios suficientes para desarrollar su actividad.</p> <p>En contra: No genera una actividad de intercambio directo que asegure los ingresos económicos, opera como otros NetLabels beneficiándose de eventos aledaños. El público meta es demasiado específico por lo que no se puede diversificar.</p>
<p>Tipología: NetLabel.</p>		
<p>Folksonomía: Industria cultural, arte música, compartir</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Espacio Cubo. www.espacocubo.blogspot.com.</p>	<p>Cooperativa musical localizada en el Estado de Grosso en Brasil. La cooperativa financia la producción y la distribución de sus grabaciones. El Espacio Cubo ha creado su propio sello de identificación logrando ser intermediario entre sus diversos participantes. Básicamente el proyecto organiza fiestas y conciertos para recolectar fondos. Los fondos son invertidos en el mismo proyecto, y dependiendo de esos ingresos, y de las contribuciones que puedan recibir, los invierten en tiempos de grabación en estudio, producción de material y otros recursos necesarios para hacer su propia música.</p>	<p>A favor: Reúne a un número importante de colectivos y artistas. Hay un público meta identificado. Implica a actores locales y les brinda un beneficio económico, no generado directamente por el espacio web ni por consumo de la música que realizan. Desarrolla una pequeña industria.</p> <p>En contra: No genera un producto vendible hay beneficios económicos pero indirectos. Sólo cuenta con un blog, no hay una página web, es un proyecto de pequeñas dimensiones por lo que no cuenta con difusión suficiente.</p>
<p>Tipología: NetLabel.</p>		
<p>Folksonomía: Industria-cultural, contactos, participación.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Cyberela. http://www.cemina.org.br/</p>	<p>Proyecto diseñado para mejorar la vida de las mujeres brasileñas de las comunidades rurales proveyéndolas con acceso e infraestructura para las comunicaciones y las tecnologías informáticas. El proyecto beneficia mujeres de muchas maneras: las ayuda a involucrarse con las nuevas tecnologías de la comunicación y aumentar así sus capacidades. Fomentar el trabajo en red y el intercambio de información realizando producciones de radio. Las alerta de posibilidades de trabajo, las informa sobre temas sociales y políticos y les permite conectarse y trabajar en red con otras mujeres.</p>	<p>A favor: Reúne a un número importante de colectivos y usuarios. Hay un público meta identificado. Implica a actores locales. Provee herramientas para la comunicación. Cuenta con la tecnología necesaria para realizar su actividad. Genera beneficios en un territorio en específico.</p> <p>En contra: No genera beneficio económico. No hay un producto vendible ni un nicho de mercado específico. No provoca el desarrollo de una industria creativa. No es una plataforma de red distribuida on-line.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Red social distribuida, participación, media.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>América Latina Genera. www.americalatinagenera.org/</p>	<p>Es un proyecto de gestión del conocimiento para la equidad de género, generando debate e intercambio de información sobre los problemas de género que aquejan los países de América Latina con la finalidad de colocar la discusión en el centro de las agendas de desarrollo regionales. Su objetivo es contribuir a la democratización del conocimiento.</p>	<p>A favor: Reúne a un gran número de usuarios. Hay un usuario meta específico. Cuenta con la difusión adecuada según el medio en el que se mueve. Implica a actores locales. Establece una red social distribuida a través de la web que comparte ítems sobre estudios de género.</p> <p>En contra: No genera negocio. No genera impacto económico en un territorio en específico. No hay un nicho de mercado. No oferta ningún tipo de bien intercambiable.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Red social distribuida.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Cooperativa Tecnológica MADRe V. http://www.culturadigital.cl/</p>	<p>Se trata de una cooperativa tecnológica cuyo objetivo es prestar servicios en esta área a sus asociados y a la comunidad, pero por otra parte es también una incubadora de negocios para emprendedores e innovadores, mediante la cual no sólo se brinda apoyo económico, sino también apoyo logístico, de marketing, asesoría legal, comunicacional, entre otras áreas, utilizando redes propias y asociados.</p>	<p>A favor: Reúne a una serie de colectivos. Hay un usuario meta específico. Promueve la creación de empresas vinculadas a la tecnología que puedan generar ingresos económicos en un territorio específico.</p> <p>En contra: No cuenta con una plataforma web por lo que no es una red social distribuida on-line. No desarrolla una industria creativa, su orientación se dirige únicamente al soporte tecnológico.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Industria cultural, red social.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Red de promotores culturales latinoamericanos. http://www.redlat.org/</p>	<p>Organización sin ánimo de lucro, creada en 1991 con el objetivo de generar un espacio de trabajo conjunto entre productores de danza contemporánea, teatro y música a través de numerosos núcleos de trabajo en numerosas ciudades de América y el Caribe. La Red busca contribuir a romper el tradicional aislamiento cultural de la región, a través de espacios alternativos de productores independientes, propiciando la circulación de productores, bienes y servicios culturales, la promoción del trabajo de los artistas, la puesta en marcha de acciones de capacitación e intercambio profesional, etc.</p>	<p>A favor: Reúne a una serie de colectivos. Hay un usuario meta específico. Genera un impacto en una serie de territorios específicos, no necesariamente económico pero sí de apoyo, difusión y acceso a herramientas. Apoya la implantación de iniciativas y el trabajo en red entre diversos lugares.</p> <p>En contra: La plataforma web carece de ciertas herramientas de participación que la acerquen más al modelo 2.0. No genera negocio directamente pero fomenta el desarrollo de industrias culturales.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Industria cultural, red social.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Kompoz http://www.kompoz.com</p>	<p>Kompoz es un canal social de trabajo para músicos utilizado para componer nueva música con otros artistas alrededor del mundo. El usuario puede subir un track grabado e invitar a otros usuarios a que le agreguen elementos, bajos, baterías, vocales, o cualquier otro elemento posible a la composición. Es un espacio de colaboración que opera de forma libre bajo licencias Creative Commons. Personaliza esas interacciones pudiendo acceder a un gran número de contactos que apoyen proyectos individuales o colectivos.</p>	<p>A favor: Herramienta de creación colectiva, funciona como red social distribuida. Hay un usuario meta específico. Puede involucrar a un gran número de colectivos y usuarios que crean esos contenidos. Obtiene beneficios indirectos mediante sistema publicitario propio de la web.</p> <p>En contra: No genera beneficio para ningún sector o territorio en específico. No desarrolla una industria creativa a través de la plataforma pero puede ser una herramienta para industrias creativas exteriores.</p>
<p>Tipología: Creación colectiva.</p>		
<p>Folksonomía: Creación colectiva.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Shvoon. http://es.shvoong.com</p>	<p>Centro mundial de sinopsis de libros, que ofrece una amplia variedad de sinopsis en 34 idiomas distintos. Su objetivo es resumir la mayor cantidad de textos escritos en las áreas de la literatura y la investigación científica. Es el usuario el que escribe las sinopsis y lo comparten con los demás usuarios. Lo interesante es un sistema de regalías por derechos de autor que el sitio establece. El usuario percibe ingresos por resumir textos y subirlos, el monto de las ganancias está determinado por la "cantidad de visitas a la página del resumen" y su calidad.</p>	<p>A favor: Red social distribuida para compartir y valorar libros y sinopsis sobre libros. Nicho de mercado específico. Genera ingresos para el administrador mediante un sistema de publicidad con Ads de Google y un sistema de anuncios particular que puede ser contratado por cualquier usuario.</p> <p>En contra: No es una industria creativa a pesar de genera beneficio para el usuario particular. Tampoco genera impacto significativo en un territorio en concreto. No hay actores locales implicados, opera de manera global y desvinculada.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Red social, participación, literatura.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>IgoUgo. http://www.igougo.com/</p>	<p>En IgoUgo.com es un espacio para planear vacaciones encontrando las ofertas más adecuadas para el usuario. El sitio tiene una amplia gama de destinos y de revisiones completas así que el usuario puede leer otras recomendaciones y objeciones de los viajeros. El espacio da una amplia gama de opciones en hoteles, restaurantes, transportes, servicios y demás lugares. El sitio contiene valoraciones y comentarios sobre muchos aspectos, desde restaurantes hasta centros históricos. IgoUgo también ofrece el hotel, travesía, alquiler de coches y el airfare reparte.</p>	<p>A favor: Consumidor meta específico. Es una red social distribuida. Agrupa a un gran número de usuarios y colectivos. Cuenta con capacidad de difusión, sitio que tiene reputación dentro del turismo 2.0. Cuenta con la tecnología necesaria para desarrollar su actividad.</p> <p>En contra: No genera un beneficio económico directo. No desarrolla una industria creativa ni genera un impacto específico en un territorio concreto.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Red social distribuida, compartir, participación.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Lulu. http://www.lulu.com</p>	<p>Lulu es un mercado digital que permite acceso y oportunidades de distribución a la mayor comunidad virtual de creadores en la web. Lulu es una opción para comercializar y auto publicar libros, cd's y otros materiales de arte por medio de la web. Lulu no es una editora, permite que los creadores de contenido así como sus propietarios - autores y educadores, videógrafos y músicos, negocios y organizaciones sin ánimo de lucro, profesionales y amateurs puedan llevar su trabajo directamente a su público sin intermediarios que entorpezcan ese intercambio.</p>	<p>A favor: Herramienta de autopublicación que personaliza consumos y ofertas a la manera 2.0. Puede agrupar colectivos y usuarios. Nichos de mercado específicos. El usuarios /autor genera beneficios directos de la venta autopublicada de su texto a través de la web.</p> <p>En contra: No hay actores locales implicados. Mínimo beneficio económico, no logra causar un impacto significativo en un territorio en concreto. El intermediario obtiene un amplio beneficio de la venta y publicación.</p>
<p>Tipología: Venta de objetos físicos.</p>		
<p>Folksonomía: Industria cultural.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>TripAdvisor. http://www.tripadvisor.es/</p>	<p>TripAdvisor LLC proporciona información sobre servicios y productos turísticos y de viajes, ofertados por terceras personas. Salvo indicación en contra, toda la información facilitada constituye publicidad de o a favor de terceros proveedores de servicios o agentes de viajes. No es un agente de viajes y no cobra a sus usuarios por los servicios que presta en su Sitio Web. El espacio ofrece una comunidad participativa en la que los usuarios pueden valorar y catalogar los diferentes servicios. Así mismo una serie de empresas pueden ofertar esos servicios e incluirse dentro de la red como usuarios.</p>	<p>A favor: Es una red social distribuida on-line. Agrupa una gran número de usuarios y colectivos. Amplia capacidad de difusión, utilizada por el 85% de las agencias de viajes en Estados Unidos e Inglaterra. Ofrece información libre y gratuita que da un beneficio al usuario.</p> <p>En contra: No genera negocio directamente. No desarrolla una industria creativa ni ofrece impacto directo a un territorio o comunidad específicos.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems / Herramienta de colaboración.</p>		
<p>Folksonomía: Red social distribuida. Turismo cultural. Contactos. Participación</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Bookcrossing. http://www.bookcrossing.com</p>	<p>Bookcrossing es un proyecto que genera una red para compartir libros entre lectores de todo el mundo de forma gratuita, mediante la liberación de ejemplares en el espacio público y la indicación de que el ejemplar liberado pertenece al proyecto. Hay además la posibilidad de hacer un monitoreo del ejemplar liberado a través de las diferentes webs de Bookcrossing mediante un número asignado a cada libro que se libera. La plataforma web es básicamente un espacio de información y de monitoreo de libros, pero es mediante ella que el proyecto encuentra su herramienta logística.</p>	<p>A favor: Agrupa a muchos colectivos y usuarios. Tiene un nicho de consumidor bien especificado a pesar de la amplia variedad de libros que pueden entrar al proyecto. Las necesidades técnicas son mínimas por lo que cuenta con el equipo técnico necesario. Es una red social distribuida.</p> <p>En contra: No genera ningún tipo de beneficio económico, su valor la promoción del uso optimizado del recurso de un libro y la creación de una enorme biblioteca colectiva.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Red distribuida, literatura, no-web.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>The Organic City. http://www.theorganiccity.com</p>	<p>Proyecto que utiliza la herramienta de la narración para crear conciencia sobre la conservación del patrimonio natural del centro de Oakland. El proyecto funciona de forma muy sencilla, el usuario sube, comparte y consulta pequeñas historias sobre los lugares de la localidad con la intención de crear una memoria narrada del lugar. Así mismo el proyecto ofrece la opción de acceder a materiales para leer en equipo móvil. De una forma tal que los ciudadanos puedan saber de los lugares estando en ellos. El proyecto busca hacer contacto con la comunidad a través del sitio web.</p>	<p>A favor: El sitio web es una red social distribuida en la que diferentes usuarios ponen en común su visión y memoria sobre un lugar específico. Tiene implicados a una serie de actores locales. Hay un usuario meta específico. El producto final es de acceso libre para el usuario.</p> <p>En contra: No genera beneficio para ningún sector o territorio en específico. No desarrolla una industria.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Participación, tradición</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Kaltura. http://www.kaltura.com</p>	<p>Kaltura es un sitio gratuito de creación de videos en línea. Emulando las formas de una plataforma wiki, los usuarios pueden colaborar en la creación de un video (material que el proyecto llama kaltura). La red es una buena forma para documentar, socializar, crear y e interactuar con personas que tienen intereses similar por la creación audiovisual. El objetivo de Kaltura es la generación colectiva de material audiovisual sin importar el tema, desde documental, eventos, sociales, ficción, video arte, etc.</p>	<p>A favor: El espacio es una herramienta de creación colectiva que funciona como una red social distribuida en la web. Hay un usuario meta específico, personas interesadas en la creación colectiva de material audiovisual. Puede involucrar a un gran número de colectivos y usuarios.</p> <p>En contra: No genera beneficio para ningún sector o territorio en específico. El administrador percibe ingresos por publicidad en sistema Google AdSense pero no es una industria creativa.</p>
<p>Tipología: Creación colectiva.</p>		
<p>Folksonomía: Creación colectiva.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>dotSUB. http://dotsub.com/</p>	<p>dotSUB es un a herramienta basada en la herramienta de subtítulaje de videos que permite acceder a videos independientes subtítulados en cualquier lenguaje o participar subtítulándolos. El funcionamiento es completamente en línea, la herramienta permite acceder a los videos de forma abierta y colaborativa en un ambiente tipo wiki. Se trata de una sencilla herramienta de uso simple como una barra de buscador, sin descargas, con las metodologías e ideas del open source, wikipedia, social networking, creative commons y la web 2.0.</p>	<p>A favor: Sitio web que opera como una red social distribuida bajo el modelo de una wiki, web 2.0. Posibilidad de agrupar a muchos usuarios. Beneficios no económicos pero si de acceso para diferentes usuarios, sistema de descarga y consumo libre bajo Creative Commons.</p> <p>En contra: No genera beneficio económico a un territorio. No desarrolla una industria creativa. No hay nicho de mercado. No hay actores locales implicados</p>
<p>Tipología: Herramientas de colaboración.</p>		
<p>Folksonomía: Arte video, participación, creación colectiva.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Shareideas.org http://www.shareideas.org</p>	<p>Shareideas.org es una comunidad en línea y una wiki para compartir ideas sobre como usar las comunicaciones móviles para beneficios sociales y ambientales. Cuenta con proyectos como MobilED, estudiantes y maestros usando contenidos wikis a través del móvil. Considerando las posibilidades de hacer llegar contenidos y servicios de información públicos a comunidades que no cuentan con librerías públicas y otras formas de acceder a esos materiales de referencia.</p>	<p>A favor: El proyecto es una red que forma pequeñas redes sociales distribuidas para generar y compartir contenidos utilizando plataformas de telefonía móvil, orientado a la educación. Tiene un usuario específico y beneficia a sectores territoriales concretos aunque no lo hace de forma económica.</p> <p>En contra: Proyecto sin ánimo de lucro, no genera un impacto económico en un territorio ni desarrolla una industria creativa. No hay que pagar para utilizarlo. No presentan publicidad. No genera negocio.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Educación, Participación.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>LibraryThing. http://www.librarything.com</p>	<p>LibraryThing es un servicio on-line para ayudar a las personas a catalogar de forma sencilla sus libros. El usuario puede acceder a su catálogo desde cualquier lugar, incluso desde su teléfono móvil. Los usuarios catalogan en conjunto. La comunidad incluye personas con los mismos libros o similares, y utilizan LibraryThing también como un espacio para sugerir que leer próximamente.</p>	<p>A favor: Es una red social en la que una serie de usuarios pueden compartir y catalogar libros. Puede agrupar a un gran número de usuarios o colectivos. Tiene un público meta específico, no requiere gran infraestructura por lo que cuenta con el equipo técnico necesario. Genera ingresos.</p> <p>En contra: El usuario sólo puede catalogar 200 libros libremente, después paga por usar. Genera sólo un pequeño porcentaje de ingresos por lo que no implica un impacto económico para un territorio concreto. No desarrolla una industria cultural.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Red-social, afinidades, contactos, literatura.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Æther9. http://1904.cc/aether/#</p>	<p>Es un proyecto colaborativo de arte que explora la creación de video en tiempo real. Desarrollado por un grupo internacional de artistas visuales y colectivos que trabajan en 9 localizaciones diferentes alrededor de Europa, y Norte y Sur América. Æther9 utiliza las herramientas de Internet para realizar un funcional trabajo fragmentado de forma colaborativa para crear performances en video. Utilizando protocolos de software abierto, el sistema funciona como una plataforma abierta para participantes de cualquier nivel técnico.</p>	<p>A favor: Involucra una serie de colectivos. Implica a actores locales. Tiene un público específico definido. Cuenta con el equipo técnico necesario. Funciona de forma colaborativa a la manera 2.0</p> <p>En contra: No genera negocio ni beneficio directo. No hay impacto económico directo en el territorio. No desarrolla industria creativa.</p>
<p>Tipología: Creación colectiva.</p>		
<p>Folksonomía: Video, creación colectiva, industria cultural, red-social-distribuida.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>The mountain forum. http://www.mtnforum.org</p>	<p>Canal global de individuales y organizaciones que se concentra en el bienestar de las personas que viven en la montaña, sus ambientes y sus culturas. Mountain Forum busca involucrar y provocar experiencia a las personas de la montaña acerca de discusiones políticas a nivel nacional e internacional con el propósito de mejorar su forma de vivir y promover la conservación de la cultura y el ambiente de la montaña. Para lograr esos fines Mountain Forum usa herramientas de comunicación moderna y tradicional, soportes de trabajo en red y capacidades para animar a los miembros a ser proactivos.</p>	<p>A favor: Es un espacio de participación para intercambiar información y valorar ítems de forma abierta. La intención es crear conciencia sobre comunidades rurales. Puede agrupar a un gran número de colectivos y usuarios. Cuenta con el equipo técnico necesario.</p> <p>En contra: Proyecto sin ánimo de lucro, no genera un impacto económico en un territorio ni desarrolla una industria creativa. No hay un nicho de mercado pues no se ofertan productos o bienes de intercambio comercial.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Participación, tradición, cultura.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Ushahidi. http://ushahidi.com/index.asp</p>	<p>Ciudadanía. Sitio para reportar actos de violencia o diferentes incidentes que atentan contra la civilidad en la Kenya post electoral. Con el objetivo de que la gente pueda identificarlo, trabajando con ONG'S en Kenya para detectar dónde ocurren esos incidentes e intentar solucionarlos.</p>	<p>A favor: Es una red social distribuida. Utiliza diferentes soportes pero opera de forma muy sencilla, cuenta con al tecnología. Involucra a un número importante de colectivos y a una serie de actores locales. Genera beneficios sociales, no económicos.</p> <p>En contra: No genera beneficio económico ni incide en el impacto económico de un territorio. No desarrolla una industria creativa.</p>
<p>Tipología: Compartir y valorar ítems.</p>		
<p>Folksonomía: Participación, red social.</p>		

Práctica	Descripción	¿Es una buena práctica?
<p>Sound Walk. http://www.soundwalk.com/</p>	<p>Soundwalk es una web que vende guías sonoras online para descargar a cualquier reproductor de MP3. La idea es que el viajero pueda escuchar la voz de los narradores, con sonido ambiente y música local mezclada, mientras visita el lugar en cuestión. Por consiguiente se trata de guías muy similares a las que se emplean en los museos. Para sus productos estelares, los barrios más típicos de Nueva York, han utilizado a personajes reconocibles de cada comunidad.</p>	<p>A favor: Genera un beneficio económico. Desarrolla una industria creativa. Genera beneficio económico indirecto para un territorio mediante la promoción turística, por ello puede implicar actores locales. Cuenta con la tecnología necesaria y la difusión adecuada.</p> <p>En contra: El ejemplo no es una red social distribuida on-line, es un administrador de podcast para diferentes actividades y lugares. Vende esas descargas pero no genera participación.</p>
<p>Tipología: Venta de objetos (Sound seeing podcast).</p>		
<p>Folksonomía: Industria cultural.</p>		

