The background features a network of teal lines connecting various icons: a thumbs-up, a person in a gear, a person in a red gear, a person in a blue gear, a person in a red gear, a person in a blue gear, and a person in a red gear. There are also several large gears in red, yellow, and blue, some containing stylized human figures. The overall theme is social media and community.

MANUAL

SSCE153PO

Las redes sociales como herramienta dinamizadora

TEMA 1. LA RED SOCIAL O COMUNIDAD VIRTUAL

TEMA 2. PERFIL DEL GESTOR Y DINAMIZADOR

OBJETIVO GENERAL

- Adquirir los conocimientos en relación a la utilidad educativa de las Redes Sociales y los aspectos más relevantes de algunas herramientas actuales tales como Facebook, Tuenti, MySpace, etc.

TEMA 1

La red social o comunidad virtual

- ▶ La Web
- ▶ Definición de red social o comunidad virtual
- ▶ Utilidades y funciones de las redes sociales
- ▶ Las redes sociales en la enseñanza
- ▶ Tipos de redes sociales
- ▶ Catálogo de redes más frecuentes
- ▶ Redes horizontales
- ▶ Redes por contenido compartido
- ▶ Redes verticales
- ▶ Redes sociales y seguridad

INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios la Web ha sido utilizada con fines educativos. Sin embargo, en los últimos tiempos, este uso se ha visto incrementado a causa de la difusión del acceso a Internet en centros de enseñanza, bibliotecas públicas y casas particulares, entre otros.

Asimismo, los dispositivos móviles han provocado que la Web forme parte de nuestro día a día. Como consecuencia, los alumnos viven en un entorno en el que la Red es un componente más de su vida diaria. Facilitar su uso y aprovechar sus recursos, entre los que se encuentran las redes sociales, es necesario para dinamizar el proceso de aprendizaje. Tanto es así que todo ello configura un aspecto fundamental en la formación, el futuro laboral y la vida personal de los estudiantes.

OBJETIVOS:

- Conocer las diferencias entre la Web 1.0 y la Web 2.0, así como las aplicaciones, utilidades y recursos que esta ofrece para la enseñanza.
- Comprender el concepto y utilidad de redes sociales, blogs, podcast, buscadores, wikis y marcadores sociales para las actividades educativas.
- Diferenciar entre redes sociales y comunidades virtuales de aprendizaje, con sus principales características y funciones.
- Conocer los distintos tipos de redes sociales, así como las preferidas por los usuarios en España.
- Profundizar sobre redes sociales generalistas como Twitter y Facebook y las actividades de dinamización a través de ellas en el proceso de aprendizaje.

-
- Determinar la utilidad de redes sociales por contenido compartido, como Instagram, Flickr y YouTube, y sus aplicaciones en el aula.
 - Conocer las posibilidades de redes sociales profesionales, educativas y literarias para el desarrollo de las actividades de dinamización en la enseñanza.
 - Comprender los riesgos de uso de las redes sociales, como el acceso a contenidos inadecuados, la sextorsión, el grooming y el ciberacoso.

1. LA WEB

Podríamos definir la Web o la *World Wide Web* como el sistema de gestión de la información almacenada en Internet, a través de hipertextos, por lo que para acceder a ella es necesario un navegador. Fue diseñada en 1989 por Tim Berners-Lee, un científico del CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire) que esperaba facilitar con la misma que los investigadores pudieran compartir información entre ellos. En la década de los noventa del siglo XX, fue desarrollándose a nivel mundial, convirtiéndose en la Web 1.0.

En sus inicios, la Web 1.0 se distinguía por poseer un carácter estático y unidireccional, ya que el usuario simplemente leía en ella los contenidos. Lo más importante era el sistema operativo del ordenador, en cuya memoria se almacenaban las aplicaciones que era necesario instalar para su correcto funcionamiento. Además, al ser un sistema complejo, pocos eran los que podían crear contenido o interactuar dentro de él. Pero los avances tecnológicos no cesaron.

En el año 2004 se habló por primera vez de la Web 2.0. El término fue acuñado por Dale Dougherty, uno de los cofundadores, junto con Tim O'Reilly, de la empresa O'Reilly Media, el cual utilizó para referirse a esa nueva generación de páginas web que contaban con un carácter colaborativo y bidireccional.

De tal forma, la Web 2.0 se caracteriza por un modelo de colaboración, multicanal y bidireccional, a través del cual todos los usuarios adoptamos el papel de consumidores y creadores o editores de contenido.

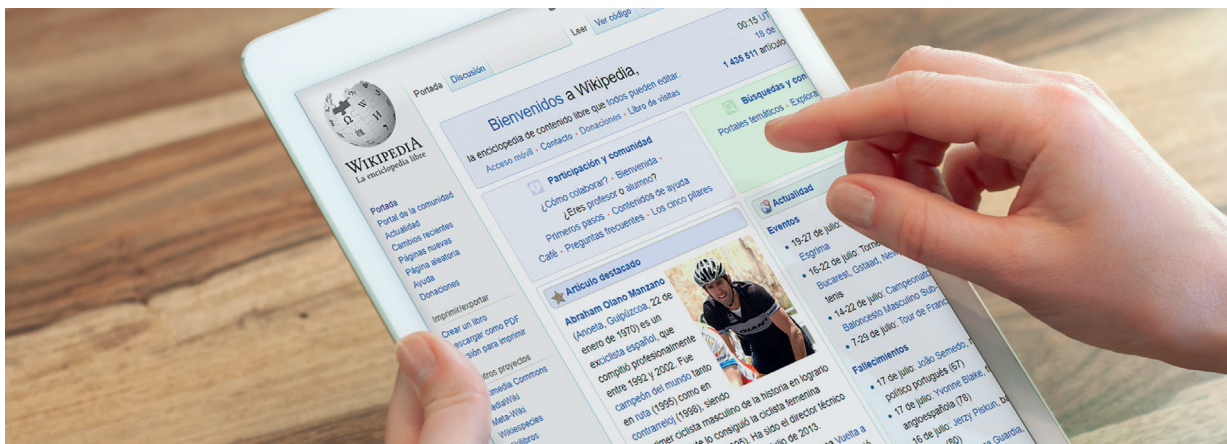
WEB 1.0

- Comunicación unidireccional (lectura)
- Pocos editores {webmasters}
- Páginas estáticas
- Páginas webs
- Dificultad de acceso
- Relevancia del sistema operativo

WEB 2.0

- Comunicación bidireccional (lectura y escritura)
- Múltiples creadores y editores (colaborativa)
- Páginas dinámicas
- Páginas webs, blogs, redes sociales, wikis, etc.
- Accesibilidad
- Relevancia del navegador

Diferencias entre la web 1.0 Y la web 2.0



Con el desarrollo de la Web 2.0 se configura la web social tal y como la conocemos, debido a la aparición de las redes sociales y los proyectos colaborativos como la Wikipedia, que forman parte de nuestro día a día. Ambos términos, Web 2.0 y web social, son a menudo utilizados como sinónimos.

La mayor **diferencia entre la Web 1.0 y la Web 2.0**, al margen de sus formatos y las posibilidades de uso, estriba en las relaciones y la comunidad de usuarios. Con la llegada de la Web 2.0, estos interactúan entre sí, gracias a la comunicación bidireccional y a los múltiples canales que tienen a su disposición. Todos podemos adoptar esa doble vertiente de creadores y consumidores de información y contenido. Como resultado, surge una inteligencia colectiva que facilita la construcción y distribución del conocimiento.

Estas nuevas formas de relacionarse y comunicarse han ido incrementándose y diversificándose con la aparición y popularización de los dispositivos móviles, como tabletas y teléfonos inteligentes. Así, inmersos en la web social, nace la Web 3.0 o web semántica, con el desarrollo de una inteligencia artificial que recopila información para personalizar al máximo las necesidades y servicios de cada usuario, según sus gustos, preferencias y hábitos adquiridos. Llegados a este punto, la evolución tecnológica continúa, y ya se ha denominado a la siguiente generación que está por llegar como Web 4.0.

SABÍAS QUE

Los usos prácticos de las redes sociales pueden ser diversos y la variedad de sus temáticas hace posible que exista siempre alguna que pueda resultarnos tan interesante como útil, más allá del uso más frecuente relacionado con la vida personal, con el que nos mantenemos en contacto permanente con familiares y amigos.

1.1 Aplicaciones

La Web ofrece la posibilidad de **acceder y compartir** gran cantidad de **información**, al mismo tiempo que interactuamos con el resto de usuarios. Para ello, podemos servirnos de muchas de sus aplicaciones, las cuales es posible aglutinar en cinco grandes grupos: aplicaciones de creación, publicación y/o difusión de contenidos, aplicaciones de búsqueda de contenidos, redes sociales, bases de datos y aplicaciones diversas.

Aplicaciones de creación, publicación y/o difusión de contenidos. La web pone a nuestra disposición aplicaciones para crear todo tipo de archivos: docu-

mentos, videos, audios, etc., con procesadores de texto, sistemas de grabación y editores gráficos, entre otros.

Además, no solo podemos crear el contenido por medio de las herramientas que nos facilita, sino que también es posible publicarlo y difundirlo, a través de páginas webs, blogs, wikis, redes sociales, etc.

Estas herramientas de creación, publicación y difusión son útiles para cualquier faceta de nuestra vida diaria, ya sea ocio, trabajo o estudios. Por ello, el conocimiento de las mismas es especialmente importante para la enseñanza y la vida laboral. Algunas de estas herramientas son:

- **Búsqueda de contenidos.** Gracias a los buscadores y a los recopiladores de contenido, es posible localizar cualquier información en la Web, así como utilizar marcadores sociales para clasificarla y organizar toda aquella que nos interese, creando nuestros propios archivadores digitales a los que podremos acceder cada vez que la necesitemos.
- **Redes sociales.** Además de poder difundir información y contenidos en las redes sociales, estas sirven para comunicar a las personas entre sí en un entorno virtual donde interactúan.
- **Bases de datos.** Con especial relevancia para la divulgación y el conocimiento, es posible disponer en la web de numerosas bases de datos de diversas temáticas, muchas de ellas de carácter gratuito, como bases de datos bibliográficas, meteorológicas, científicas, etc.
- **Aplicaciones diversas.** En este grupo podríamos aglutinar una infinita variedad de herramientas web en continuo crecimiento y modificación, como gestores de tareas, calendarios, juegos, etc.

La diversidad de aplicaciones de la Web 2.0 contribuye a que muchas resulten adecuadas especialmente para la enseñanza, pues es posible beneficiarse de las ventajas de su uso gracias a las utilidades educativas que de ellas se derivan. Tanto es así, que se ha llegado a hablar de la educación 2.0, en contraposición a una enseñanza más tradicional y estática, en la que el alumno se limitaba a adquirir los conocimientos que el docente transmitía, a la que se hace referencia en la actualidad como educación 1.0.

1.2 Utilidades

Las herramientas digitales que ofrece la Web pueden ser utilizadas con fines educativos. Facilitar la utilización y comprensión del alumnado de aquellas, en el entorno de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), es fundamental para su desarrollo personal y formativo, de forma que puedan comprender sus peligros, aprovechar sus beneficios y desarrollar la competencia digital, el espíritu crítico y unos buenos hábitos de uso.

Entre las principales utilidades educativas de la Web, hay que destacar su utilización para la elaboración de materiales de estudio, individuales o grupales, así como para la publicación y difusión de contenidos relacionados con el tema; la búsqueda de información sobre la asignatura, temarios y unidades didácticas; una comunicación accesible y satisfactoria entre todos los miembros de la comunidad educativa; y el almacenamiento, clasificación y difusión de contenidos textuales y audiovisuales.

Para poder aprovechar el potencial de todas esas herramientas, los docentes han de poseer las competencias digitales y didácticas necesarias para emplearlas satisfactoriamente, de manera que puedan obtener su máximo partido y asumir un rol de moderador y dinamizador educativo para su correcta gestión.

En el aprendizaje tradicional o educación 1.0, en relación con las características de la antigua Web 1.0, lo más importante es la memorización y los objetivos a conseguir. Sin embargo, en el aprendizaje a través de la Web 2.0 o educación 2.0, la importancia recae tanto sobre esos conocimientos como sobre las competencias a desarrollar para adquirirlos, de forma colaborativa y proactiva. Los estudiantes asumen así un protagonismo mayor que en la enseñanza tradicional, en la que recae en su mayor parte sobre el profesor.

1.3 Recursos para la enseñanza

Entre los principales recursos de la web social que podemos utilizar con fines educativos, dentro de todas las aplicaciones disponibles, es posible destacar ocho grandes categorías con las que incrementar la competencia digital y la motivación de los alumnos en el proceso de aprendizaje: los buscadores, los *podcast*, los blogs, las wikis, los marcadores sociales, las redes sociales, los foros y las plataformas virtuales.

A. Buscadores

Los buscadores o motores de búsqueda en Internet sirven para encontrar información en la Web, en la que rastrean los archivos almacenados a través de palabras clave. Es necesario enseñar a los alumnos cómo obtener la información a través de los buscadores, para que puedan afinar sus búsquedas, acceder a fuentes autorizadas, desarrollar un espíritu crítico y una capacidad de selección más adecuada, y respetar los derechos de autor de cada uno de los contenidos que se encuentren.

Para que las búsquedas sean más fructíferas, concretas y acertadas por medio de Google, es posible efectuarlas filtrándolas por noticias, videos, libros, imágenes, etc. seleccionando en la parte inmediatamente inferior a la caja de búsqueda de la página la opción que deseemos. Incluso po-

demos escoger el tipo de licencia de contenido que más nos convenga por si necesitamos reutilizarlo o hacer modificaciones en él para obras derivadas.

La licencia de contenido es la que establece los permisos de reproducción de contenido, sea del tipo que sea, tal y como los haya estipulado el propietario de los derechos de autor. Así, la reproducción del contenido puede estar permitida bajo ciertas condiciones de uso, encontrarse restringida por el *copyright* o hallarse en dominio público. Será necesario comprender todas estas licencias adecuadamente para servirse de ellas y poder enseñar a los estudiantes el respeto debido a las mismas y la adquisición del hábito de su uso.

La búsqueda de información de forma eficiente y organizada ahorra tiempo y esfuerzo, facilita la localización de fuentes autorizadas para poder cotejarla, y muestra la necesidad de diferenciarla también de las opiniones personales o los datos que aporte cualquier individuo sin ningún tipo de rigor, amparado muchas veces en la posibilidad de anonimato que ofrece la Red.

Con un correcto uso del buscador, los alumnos podrán encontrar fuentes fiables, fuentes académicas, cotejar datos e incrementar el sentido crítico y la capacidad selectiva, imprescindibles para un buen desarrollo de sus competencias digitales.

B. Podcast

Los *podcast*, acrónimo de los términos ingleses *pod* y *broadcast*, son archivos de audio públicos, que se pueden descargar bajo demanda, los cuales es posible escuchar sin necesidad de estar conectados a Internet.

Entre las actividades educativas para las que los *podcast* resultan especialmente útiles, se deben destacar sus usos o bien como fuente de información, o bien

TOMA NOTA

Entre todos los motores de búsqueda disponibles, como Yahoo! y Bing, el más utilizado es Google, el cual facilita de forma sencilla e intuitiva un filtrado de búsquedas con el que poder aprovechar al máximo su potencial.

para la elaboración de lecciones grabadas, ponencias, realización de entrevistas, audiciones musicales, grabaciones ambientales, lecturas teatralizadas y actividades diversas adaptadas a materias tales como la enseñanza de idiomas o la música, entre otras.

En lo que respecta a su utilidad como fuente de información para hacer audiciones en clase, escuchar entrevistas o conferencias y luego debatirlas, encargar un trabajo en base a alguna ponencia o facilitar recursos para algún proyecto individual o en grupo, podemos encontrar numerosos *podcast* a través de buscadores de páginas como iVoox (www.ivox.com), ya sea para localizar material complementario para nuestras clases o para enseñar a los alumnos a servirse de estas fuentes de información. De igual forma, afinando la búsqueda sobre la materia o tema que nos interese, y añadiendo el término *podcast*, podremos realizarla a través de Google.

Además de fuentes de información y de suministro de contenidos, es posible crear nuestro propios *podcast* para usar en el aula o para encargarles a los alumnos una actividad en la que ellos mismos tengan que grabarlos, como cualquiera de las señaladas anteriormente. En el supuesto de querer grabar un *podcast*, podemos usar programas gratuitos como Audacity (audacity.es), un editor de audio y grabador para sistemas operativos como Windows, Mac OS X y GNU/Linux.

C. Blogs educativos

Los blogs son sitios webs, gestionados por uno o varios autores, en los que se publican artículos, llamados comúnmente entradas o *post*, que se muestran de forma cronológica y que pueden incluir textos, imágenes, videos, audios y enlaces.

En sus orígenes, los blogs comenzaron siendo diarios personales o cuadernos de bitácora, pero con el paso del tiempo, su incremento y difusión han ido multiplicándose de tal forma que es posible encontrarlos dedicados a todo tipo de temas. Su sencillez de uso, tanto a la hora de crearlo como de escribir y publicar contenido, así como la opción de mostrarlo de forma pública o privada y moderar sus comentarios, lo convierten en una herramienta eficaz para el aprendizaje.

Los **blogs educativos**, también llamados *edublogs*, son aquellos dedicados exclusivamente a la enseñanza y a contenidos relacionados con la misma. En ellos, es posible insertar otras herramientas sociales como videos de YouTube, presentaciones de Slideshare, enlaces a las redes sociales, etc., además de interactuar con otros blogs y dejar comentarios en sus entradas en el caso de que se encuentre habilitada tal opción.

Según el fin para el que sea creado el blog educativo, es necesario distinguir entre el blog del centro de enseñanza, el blog docente, el blog de la clase, el blog para proyectos del alumnado, el blog como periódico digital, el blog como fuente de recursos educativos o el blog de la Asociación de Madres y Padres (AMPA). Todos ellos son creados con diferente finalidad, motivo por el cual su gestión también deberá ser distinta.

Tanto el blog del centro de enseñanza como el blog del AMPA se caracterizan por ser, ante todo, informativos, por lo que suelen ofrecer contenido sobre eventos, datos, fechas, instalaciones educativas, consultas, etc. De igual forma puede estar constituido el blog del profesor, centrándose en esa faceta para informar de los avances y aprendizaje que están desarrollando los alumnos en el aula, tanto para los padres y tutores como para el resto de la comunidad. Asimismo, muchos docentes abren su propio blog para contribuir, de forma general, en las tareas de divulgación del conocimiento en la materia de su especialidad.

ACTIVIDADES CON BLOGS EN LA ENSEÑANZA

- Actividades de creación literaria
- Agenda de actividades en el aula
- Resúmenes de temas
- Enlaces a fuentes y documentación complementaria
- Exposición de pensamientos críticos
- Reseñas literarias, cinematográficas o musicales
- Elaboración y desarrollo de proyectos
- Diario de personajes
- Comentarios de fotografías e imágenes

Sin embargo, los blogs de clase, los que se constituyen para desarrollar proyectos grupales o individuales, los que recogen un periódico digital o los que se erigen como fuente de recursos para las tareas del aula y materiales complementarios tienen un componente práctico con el que trabajan con los alumnos. A través de ellos se dinamizará la actividad educativa en el sentido que planeamos, incluyendo fines cooperativos o colaborativos.

Como consecuencia, las utilidades de los blogs en la enseñanza desde el punto de vista del docente son múltiples, ya que pueden servir tanto para ampliar la información aportada en las clases como para realizar actividades de todo tipo en relación con la asignatura o materia a estudiar.

D. Wikis

Las wikis son sitios webs de carácter colaborativo, cuyo contenido, sobre determinadas temáticas, es editado por múltiples usuarios. Como resultado, constituyen enciclopedias en línea creadas por varios autores, motivo por el cual están en continuo crecimiento. La más famosa de todas las wikis es la Wikipedia.

La Wikipedia es una enciclopedia *online* gratuita, disponible en torno a 299 idiomas, basada en software libre y con licencia copyleft, la cual permite copiar y redistribuir su contenido siempre que se realice de la forma que se especifica en sus términos de uso. La crítica más frecuente de la que suele ser objeto la Wikipedia se centra en acusarla de poseer poco rigor científico o documental. Sin embargo, se ha comprobado que cuenta con un promedio similar de errores a la Enciclopedia Británica.

Es posible utilizar la Wikipedia en el aula como fuente de información, y también servirse de ella para redactar y publicar artículos. Así, proponer un tema a los alumnos para desarrollarlo, documentarlo y revisar los datos, antes de su publicación, contribuirá a incrementar su conocimiento y competencias digitales.

Tras el éxito de la Wikipedia, fueron surgiendo otras wikis de temáticas especializadas, como Wikimedia. Todas ellas son un claro ejemplo de cómo las wikis constituyen una de las principales actividades con las que podemos abordar el trabajo colaborativo de los alumnos para la construcción de conocimiento.

E. Marcadores sociales

Los marcadores sociales son herramientas para almacenar, ordenar y compartir enlaces. Estos se guardan y organizan mediante etiquetas o *tags*, tomando el aspecto de un archivador virtual que podemos consultar en cualquier momento.

Es posible encontrar numerosos marcadores sociales gratuitos, como Delicious (del.icio.us), Diigo (www.diigo.com) o Pocket (getpocket.com). Para usarlos, simplemente tendremos que darnos de alta con un correo electrónico en su sitio web. Si ya poseemos una cuenta de Google, hemos de saber que a nuestra disposición también tenemos el marcador social Google Bookmarks.

RECUERDA

Los marcadores sociales pueden utilizarse para guardar aquellos enlaces que posteriormente usaremos como recurso educativo; para compartir información con los alumnos, de forma pública o privada, a través de distintos medios, como las redes sociales; y para tareas de investigación y documentación a través de los buscadores que se incluyen en ellos.

Como ejercicio práctico, puede asignarse a un grupo de alumnos la elaboración de un proyecto de investigación sobre una noticia o tema concreto, cuya información vayan etiquetando y archivando en el marcador social elegido al efecto.

F. Redes sociales

Las redes sociales sirven como medio de comunicación y de compartición de contenidos, además de poder realizar actividades educativas a través de ellas que dinamizarán el aprendizaje dentro y fuera del aula.

Los alumnos ya las han incluido en sus vidas, por lo que apenas será necesario invertir tiempo en explicar su funcionamiento. Además, es posible crear en ellas grupos con los que trabajar e interactuar en un entorno virtual que facilitará el desarrollo de las actividades digitales que hayamos planeado, con el fin de conseguir los objetivos propuestos.

G. Foros

Los foros son herramientas que facilitan el debate e intercambio de opiniones e ideas en línea, gestionados por un administrador y un moderador. Podemos encontrar foros en páginas independientes o pueden estar incluidos dentro de otras plataformas.

Así, es posible distinguir entre foros académicos, centrados en dar apoyo al aprendizaje de los alumnos por parte de profesores, y foros sociales en los que son los propios estudiantes quienes se relacionan entre sí y resuelven sus dudas.

H. Plataformas virtuales

Las plataformas virtuales son aquellas que aglutinan todo tipo de herramientas para realizar modalidades formativas virtuales de todo tipo, por lo que incluyen en ellas foros, blogs, marcadores, etc.

En algunas plataformas virtuales educativas, como Edmodo, también es posible crear nuestra propia red social cerrada para trabajar con los alumnos. No obstante, existe la opción de utilizar redes sociales generalistas para la misma labor.

Será necesario tener en cuenta diversos factores para decidir la idoneidad de la red social a elegir para dinamizar la actividad del proceso de aprendizaje y facilitar la comunicación y difusión en los trabajos colaborativos. Para ello, el docente ha de conocer en profundidad las características de cada red social y las opciones de las que dispone a la hora de trabajar con cada una de ellas, pues según la edad de sus alumnos, la materia a estudiar y los fines y objetivos a conseguir resultará más adecuada una que otra.

2. DEFINICIÓN DE RED SOCIAL O COMUNIDAD VIRTUAL

Una red social o una comunidad es una estructura formada por individuos que interactúan entre sí a través de relaciones laborales, profesionales, educativas, sociales o familiares. De tal modo, las redes pueden ser analógicas o digitales.

LA RED SOCIAL

- Una red social **analógica** es el grupo de personas relacionadas entre sí en la que los miembros varían a lo largo del tiempo al estar en constante evolución.
- Una red social **digital** es un sitio web especializado en facilitar las relaciones entre las personas en el entorno online, para lo que es necesario abrir un perfil personal con el que establecer una lista de contactos.
- Cuando se utiliza una red social con fines educativos, se crea una **comunidad virtual de aprendizaje**



Cuando utilizamos las redes sociales para la enseñanza, es necesario hablar de las comunidades virtuales de aprendizaje (CVA).

La comunidad virtual de aprendizaje se crea para construir conocimiento, tanto individual como colectivo, en el entorno digital, donde los usuarios interactúan y colaboran entre sí. Es posible crear una comunidad virtual de aprendizaje dentro de una red social y constituir grupos específicos en ella, configurándola del modo más adecuado para el proceso de enseñanza.

RED SOCIAL DIGITAL
Ascendente
Gestionada por el usuario
Descentralizada
Sin restricciones impuestas
COMUNIDAD VIRTUAL DE APRENDIZAJE
Descendente
Gestionada por un administrador
Estructurada
Restringida

Diferencia entre red social digital y CVA

Ya que es posible crear comunidades virtuales de aprendizaje dentro de las redes sociales, resulta necesario conocer al máximo estas últimas para poder aprovechar sus beneficios, seleccionar la más idónea para nuestras actividades y fines, y gestionar adecuadamente su uso.

3. UTILIDADES Y FUNCIONES DE LAS REDES SOCIALES

La mayoría de las redes sociales poseen una serie de características comunes. Todas ellas cuentan con un perfil de usuario, un muro en el que se muestran las publicaciones, la posibilidad de enviar mensajes entre sus miembros (de forma pública o privada), crear grupos, compartir contenido (textos, imágenes, videos o audios) y chatear.

Tales características contribuyen a determinar sus principales funciones, como son la comunicación, la creación de comunidad y el trabajo colaborativo, así como sus usos más frecuentes, tanto personales (Facebook) como profesionales (LinkedIn) y educativos (Edmodo).

Entre las utilidades de las redes sociales como comunidades virtuales de aprendizaje, hemos de destacar el desarrollo de las habilidades digitales e incremento de la alfabetización digital, la creación y gestión de la identidad digital, el *lifelong learning*, la difusión de contenidos, el incremento de la motivación en el proceso de aprendizaje, el incremento de la capacidad de adaptación y la flexibilidad de tareas, la búsqueda de información y materiales para la elaboración de las actividades, y la práctica de la comunicación verbal y escrita.

- **Desarrollo de habilidades digitales e incremento de la alfabetización digital.** El fomento de la alfabetización digital es imprescindible para conocer adecuadamente la Web, las redes sociales y el modo más idóneo para gestionarlas, así como las normas de educación o cortesía a seguir a la hora de relacionarnos con el resto de usuarios en el entorno digital.

La ausencia de formación en el uso de los medios digitales y el comportamiento en el entorno virtual es lo que provoca que se multipliquen los riesgos de su utilización, además de generar desconfianza en aquellos que reniegan de su utilidad. Hemos de considerar que los que jamás han recibido ningún tipo de educación en el manejo y configuración de las redes sociales asumen unos riesgos mayores en el momento de abrir una cuenta y servirse de ellas. Al fin y al cabo, en las redes encontramos los mismos peligros que en el resto de Internet, por lo que habrá que educar en su correcto uso, buen comportamiento y buenas prácticas a seguir en relación a la seguridad de las mismas.

- **Creación y gestión de la identidad digital.** Cada vez que interactuamos en la Web, en general, y en las redes sociales, en particular, creamos, consciente o inconscientemente, nuestra identidad digital.

TOMA NOTA

La utilización de las herramientas virtuales, entre ellas, las redes sociales, facilita una competencia digital que hemos de mantener actualizada y que contribuirá a estimular ese aprendizaje autónomo permanente que será fundamental en el futuro.

La identidad digital está constituida, entre otros, por los distintos perfiles que tenemos en todas las redes sociales o aplicaciones que utilizamos en la Red. Para cuidar esa identidad digital, así como el rastro que deja, es necesario aprender a gestionar la privacidad de los perfiles y seleccionar y compartir contenido de calidad, además de comprender los beneficios y riesgos de Internet.

- **Lifelong Learning.** El nuevo contexto en el que vivimos con la web social, la Web 3.0 y el continuo desarrollo y evolución de las tecnologías, conlleva a que debamos aprender y adquirir conocimientos constantemente para poder movernos por un medio que ya forma parte de la vida cotidiana y que resulta imprescindible en la vida laboral.
- **Difusión de contenidos.** Los miembros de las redes sociales comparten contenidos y conocimientos en un entorno virtual por completo colaborativo. Este hecho contribuye a incrementar la importancia de utilizar correctamente las licencias de contenido y los derechos de autor.

El origen e identificación de la información o contenido que se difunde ha de realizarse respetando el tipo de derechos con el que se haya publicado la obra, por lo que también habrá que educar a los alumnos para que conozcan las distintas licencias y cumplan los requisitos de uso de las mismas.

- **Incremento de la motivación en el proceso de aprendizaje.** Al utilizar una tecnología y unas herramientas que forman parte de su vida diaria, y a las que recurren con frecuencia, los alumnos se sienten especialmente motivados. Como consecuencia, se evita la frustración y desinterés que puede provocar en ellos la enseñanza cuando se aborda de manera únicamente tradicional. En el supuesto de que no se incluya, de una u otra forma, el entorno virtual en la actividad educativa, se producirá inevitablemente una brecha digital en el aprendizaje que ha de intentarse evitar.
- **Incremento de la capacidad de adaptación y la flexibilidad de tareas.** Con el desarrollo de las habilidades digitales y la elaboración de actividades en diversos entornos, se provoca una necesidad de adaptación que incrementa la capacidad de adaptación y la adquisición de una actitud flexible por parte del alumno para realizar las tareas asignadas.
- **Búsqueda de información y materiales para la elaboración de las actividades.** Además de los buscadores, a través de las redes sociales tenemos la posibilidad de buscar información y materiales para la creación y diseño de actividades y proyectos. Existe gran cantidad de cuentas especializadas en las distintas redes que aportarán todo tipo de conocimientos para ello. Algunas de ellas, como las que pueden encontrarse en Twitter, se caracterizan especialmente por difundir una información completamente actualizada en tiempo real.

- **Práctica de comunicación verbal y escrita.** La utilización de las redes sociales como herramienta comunicativa y la posibilidad de servirse a través de ellas de audios y videos que contribuirán a enriquecer los materiales lectivos provocan que los alumnos se vean obligados a practicar la comunicación verbal y escrita.

El mismo hecho de redactar sus aportaciones en las redes sociales les obliga a adquirir habilidades de comunicación, en las que la concisión y la claridad a la hora de exponer sus ideas adquieren especial relevancia, además de cuidar la ortografía y la gramática de sus textos. En lo que respecta a los videos, destaca la práctica en determinadas materias, como el aprendizaje de idiomas, al poder visualizar numeroso contenido subtulado en diversas lenguas, que contribuirá a su dominio del lenguaje.

Las funciones de las redes sociales en la enseñanza guardarán relación directa con la finalidad de su uso, ya que su gestión será diferente si lo que deseamos es potenciar la comunicación entre el centro y los miembros de la comunidad educativa o dinamizar las actividades académicas organizadas por el profesor con sus alumnos en una comunidad virtual de aprendizaje.

4. LAS REDES SOCIALES EN LA ENSEÑANZA

Al considerar las funciones más comunes de las redes sociales cuando se usan para la enseñanza, hemos de tener en cuenta que pueden servir tanto para que los centros e instituciones abran un perfil o página que los represente, como para que los docentes aborden distintas actividades educativas. De tal forma, las redes sociales pueden ser utilizadas como tablón de anuncios, grupos de consulta y grupos de trabajo, así como redes de padres y redes de profesores.

- **Tablón de anuncios.** La red social gestionada como un tablón de anuncios cumple una función informativa, por lo que se utiliza para dar a conocer datos tales como fechas de exámenes, eventos, exposiciones, tutorías y todo tipo de actividades relacionadas con el centro de enseñanza o con el aula.

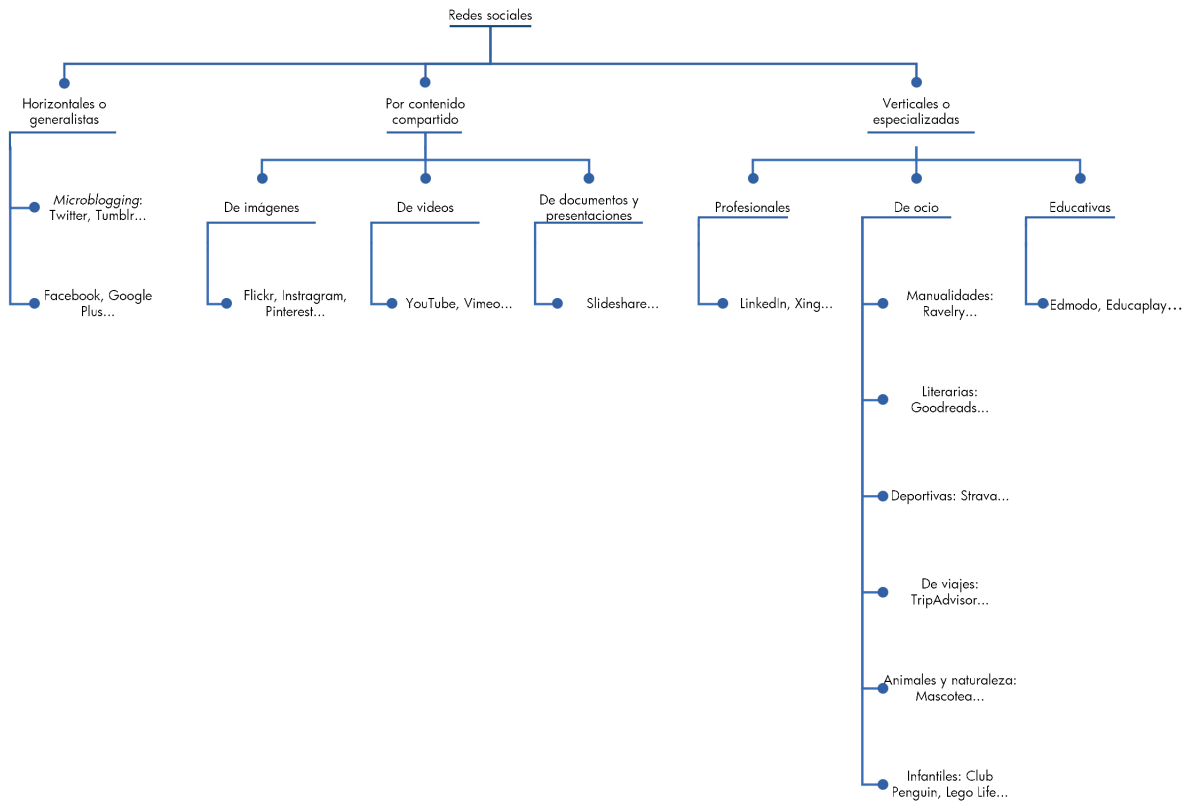
En el caso concreto de los centros educativos, su presencia en redes sociales como Facebook o Twitter se ha convertido en una necesidad que acarrea numerosas ventajas para darse a conocer e informar a los miembros de la comunidad de la que forman parte, facilitando la comunicación y usando las mismas como un canal para resolver dudas y efectuar aclaraciones. La gestión de las cuentas ha de realizarse de forma profesional y con extremo cuidado, tanto en la estética como en el lenguaje y en la selección de contenidos, los cuales no deben ser excesivos.

- **Grupo de consulta.** Como grupo de consulta, la red social cumple una función informativa encaminada a resolver las dudas de la clase o el grupo educativo sobre la materia y los trabajos a elaborar.
- **Grupos de trabajo.** Cuando se abre una cuenta en una red social centrada en un grupo de trabajo, formada por los alumnos que llevan a cabo un curso, una actividad o un proyecto, posee una función organizativa y de consulta. El grupo o comunidad virtual de aprendizaje está liderado por el profesor, que gestionará las tareas, distribuirá las actividades y las corregirá posteriormente, además de resolver las dudas y conflictos que surjan entre los distintos miembros.
- **Redes de padres.** La cuenta de la Asociación de Madres y Padres de Alumnos de un centro educativo es el más claro ejemplo de una red de padres, la cual se caracteriza por una función informativa y consultora. No obstante, también es posible crear un grupo formado por padres de alumnos, para que el docente pueda comunicarse con ellos de manera privada y mantenerlos al día de las tareas y el desarrollo de los estudiantes en su aula.
- **Redes de profesores.** También es posible crear grupos en redes sociales formados por profesores, por medio de los cuales podrán comunicarse e informar de la elaboración de cursos, envío de comunicaciones, seminarios, etc. En el supuesto de que el centro de enseñanza cuente con un perfil en alguna red social, o con una red social propia dentro de su plataforma educativa, resulta especialmente útil que agrupe a sus docentes por seminarios o cursos, de manera que las comunicaciones puedan abordarse de forma conjunta y con mayor celeridad.

Los educadores y docentes han de potenciar sus competencias digitales para utilizar del mejor modo las redes sociales, e incentivar y motivar así a los alumnos en el proceso de aprendizaje. Un correcto uso de las mismas permitirá que la vida personal y la profesional estén convenientemente separadas.

5. TIPOS DE REDES SOCIALES

Son numerosas las clasificaciones que pueden hacerse de las redes sociales y no existe un esquema unificado y común para ello. De tal forma, adaptando las diversas propuestas que se han difundido hasta el momento, es posible distribuir las redes en tres grandes grupos: redes horizontales, redes verticales y redes por contenido compartido.



Tipos de redes sociales

Las **redes horizontales**, también llamadas **generalistas**, son aquellas que se encuentran dirigidas a todos los usuarios, sin tratar una temática específica. Dos de las más populares, en la actualidad, son Facebook y Twitter.

Las redes sociales **verticales, temáticas o especializadas** se caracterizan por estar dirigidas a determinados usuarios, los cuales comparten intereses específicos, por lo que se clasifican según sus temas o materias. Por tal motivo, su tipología es numerosísima y constantemente se crean redes nuevas y desaparecen otras.

Así, entre las redes sociales verticales más importantes se encuentran las profesionales, especializadas en materia laboral; las educativas, centradas exclusivamente en la enseñanza; y las dedicadas al ocio, como las infantiles y las de temáticas deportivas, literarias, sobre animales y mascotas, naturaleza, viajes y manualidades.

La mayoría de las redes sociales verticales permite aislar a los usuarios del resto de la red, aunque algunas horizontales como Facebook también lo facilitan, al ofrecer la posibilidad de crear en ellas grupos cerrados.

6. CATÁLOGO DE REDES MÁS FRECUENTES

Desde el año 2007, el número de usuarios de las redes ha ido incrementándose exponencialmente, aunque el cambio constante que sufre la Red ha provocado que algunas de las más utilizadas hace unos años, como MySpace, cuenten con menos usuarios, y otras hayan desaparecido por completo, como es el caso de Tuenti.

Las redes sociales más utilizadas son aquellas de carácter horizontal, así como las profesionales. La mayoría de los usuarios las utilizan para chatear y enviar mensajes, ver, publicar y compartir contenidos, mirar qué hacen sus contactos y adquirir conocimientos.



Redes sociales más utilizadas en España

Según el *Estudio anual de medios de comunicación 2017* de Iab Spain, el 98 % de los individuos mayores de 16 años, en España, accede diariamente a Internet, mientras que según otro de sus informes, el *Estudio anual de redes sociales 2017* el porcentaje de internautas entre los 16 y los 85 años, durante el año 2017, fue de un 86 %.

Entre las redes sociales más utilizadas por los españoles destacan Facebook, YouTube, Instagram, Twitter y LinkedIn. Entre todas ellas, Instagram es la que ha reflejado un mayor incremento de usuarios, ya que resulta ser una de las preferidas por los más jóvenes.

7. REDES HORIZONTALES

Las redes sociales horizontales o generalistas incluyen las redes de *microblogging* y demás redes de contactos, caracterizadas por centrarse en las relaciones que se establecen entre sus miembros y no en las temáticas que tratan, siendo Facebook la preferida por la mayoría de usuarios.

La mayor característica de las redes sociales de *microblogging*, que las diferencia del resto, se basa en que disponen de un espacio limitado cada vez que el usuario escribe un texto. Esta limitación de espacios o caracteres cuando se redacta una entrada contribuye a condensar el contenido, por lo que hay que ser muy preciso a la hora de expresarse y prescindir de cualquier dato superfluo. Además de ello, no muestran si el usuario está conectado, por lo que no poseen un carácter interactivo, ya que las respuestas no tienen por qué ser instantáneas.

En lo que respecta a los contenidos de las redes de *microblogging*, estos son más importantes que los usuarios, pues es posible seguir cuentas sin necesidad de que te estas te sigan a su vez, siempre y cuando el perfil sea público. Su gran ventaja reside en la información en tiempo real que se sucede ante nuestros ojos. Sin lugar a dudas, lo que está pasando, está en Twitter, la más popular de las redes de *microblogging*.

El concepto de las redes de *microblogging* es diametralmente opuesto a redes de contactos como Facebook, en la que la relación con el resto de miembros de la red es completamente distinta. Mientras en Twitter se tienen «seguidores» (*followers*), a los que les interesa el contenido que comparten, en Facebook se tienen «amigos» (*friends*), pues lo que prima son las relaciones personales.

7.1 Twitter

Twitter es la más importante de las redes de *microblogging*. En ella, los medios de comunicación difunden sus noticias al minuto, mientras que las empresas muestran sus productos, conectan con sus clientes y seguidores y facilitan la información que consideran necesaria. Además, las personalidades públicas crean su marca personal.

La principal característica de Twitter se concentra en los **280 caracteres máximos** que permite utilizar para escribir una de sus entradas, conocida como tuit (tweet), aunque hasta el mes de noviembre de 2017 su límite estaba establecido en 140 caracteres.



La comunicación e información en tiempo real resulta especialmente útil para el seguimiento de noticias y las consultas y dudas con entidades de todo tipo. La mayoría de las empresas e instituciones poseen un perfil en Twitter, en el que se produce un contacto a diario con los consumidores y usuarios. Esta red social es una de las más potentes como foco de información y de resolución de dudas, tanto por las entidades como por la comunidad que en ella se forma.

En un principio, esa cantidad de caracteres vinieron impuestos por una cuestión técnica. El máximo número que permitían los mensajes cortos o *Short Message Services* (SMS) era de 160, los cuales fueron establecidos por Friedhelm Hillerbrand en 1985, a causa del ancho de banda de la tecnología móvil. Como consecuencia, se estableció como tope en cada entrada o tuit de esta red social el número de 140 caracteres, ya que se reservaban los 20 caracteres restantes para que los usuarios pudieran escribir su nombre.

Las ventajas que ofrece Twitter para la enseñanza, al no ser una red social invasiva, son diversas. Entre ellas, destacan la comunicación e información en tiempo real, el desarrollo de la capacidad de síntesis en el lenguaje, el uso facilitador y motivador del proceso de aprendizaje y la creación de la identidad digital.

A. Cuentas y usuarios

Para abrir una cuenta en Twitter se precisa un número de teléfono o un correo electrónico. El perfil creado puede mostrarse de forma pública o privada. Si lo configuramos de forma privada, aparecerá la imagen de perfil con un candado al lado, sin que pueda verse ninguna de las entradas (tuits) que hayamos publicado. Solamente los seguidores a los que nosotros también sigamos podrán leerlas. En caso contrario, el perfil público estará disponible para cualquiera que acceda a la Red.

Para trabajar en el aula con esta red de *microblogging* es posible que los alumnos abran sus propios perfiles individuales, y el profesor tenga a su vez un perfil profesional, los cuales pueden gestionarse de manera pública o privada. Pero además de las **cuentas individuales**, existe la opción de crear una **cuenta de aula privada** para que puedan escribir en ella todos los alumnos del grupo. Si escogemos esta opción, para diferenciar quién es el autor de cada tuit, el estudiante deberá indicar en él un nombre o apodo que le identifique.

Asimismo, la cuenta del aula puede ser abierta y gestionada exclusivamente por el profesor para informar sobre actividades, enlazar a recursos adecuados para la materia o unidad didáctica que se esté estudiando, etc.

Ya sean cuentas individuales o una cuenta de clase, con ellas lo más gratificante será seguir a aquellos usuarios versados en los temas que nos interesan o que compartan contenidos educativos adecuados para nuestra actividad. Los perfiles relacionados con la enseñanza en Twitter son numerosos. Es posible localizarlos a través del buscador de la propia red social, si indicamos los términos que nos interesen (docente, profesor, educador, TIC en el aula, museos, bibliotecas, centros de investigación, etc.). Entre las cuentas más destacadas de instituciones podemos mencionar, entre muchas otras, @museodelprado, @BNE_biblioteca, @BNE_museo, @Fundeu, @muncyt y @cvc_cervantes, como un pequeño ejemplo de la diversidad que encontramos en esta red social.

Las actividades educativas que se pueden desarrollar por medio de Twitter se sirven de su inmediatez y la constante actualización de un contenido que muestra la información al instante, además de la exigencia de limitarse a una comunicación breve y concisa que obliga a la reflexión y a la capacidad de síntesis para transmitir pensamientos, argumentos e ideas.

B. Glosario de Twitter

Para poder manejar Twitter con eficacia, hemos de distinguir los términos particulares que utiliza esta red social, prestando especial atención a aquellos como *timeline*, *hashtag*, *trending topic*, retuit y mensajes directos (DM).

- **@usuario.** El nombre de usuario de Twitter siempre va precedido del símbolo arroba delante, así como en muchas otras redes sociales. En todas ellas es adecuado elegir un nombre que nos identifique debidamente sin que sea demasiado largo.

Hemos de tener en cuenta que, tanto para uso profesional como educativo, al igual que sucede con las direcciones de correo electrónico, las palabras que utilicemos para este tipo de cuentas reflejarán más información de la que nos imaginamos y solo con ellas estaremos transmitiendo una imagen que, a lo mejor, no se corresponde con la realidad o que puede jugar en nuestra contra en determinados sectores o en el futuro.

Seleccionar simplemente el nombre propio o una combinación del mismo con iniciales o algún número (sin que revele ningún dato personal, por lo que se deben evitar las fechas señaladas o el año de nacimiento, entre otros) cuidará nuestra identidad digital y producirá una impresión de responsabilidad, seriedad y profesionalidad.

- **Avatar.** El avatar es la imagen de perfil de usuario de la cuenta de Twitter, que aparece también a la izquierda de cada tuit. Al igual que en el resto de redes, es especialmente importante cuidar la fotografía que elijamos para ello. De nuevo, esta es parte de nuestra tarjeta de presentación en la Red y la primera impresión que provocaremos cuando cualquiera acceda a ella y nos vea.
- **Tuit (*tweet*).** Cada una de las entradas que publicamos en Twitter, y que en la actualidad están limitadas a un máximo de 280 caracteres, se denomina tuit. Precisamente de esta palabra deriva el término por el que se conoce a cualquier usuario de esta red social: tuitero.
- **Timeline (TL).** El *timeline* es la línea de tiempo de una cuenta en Twitter, con función similar al muro de otras redes como Facebook. En ella aparecen los tuits de aquellos perfiles a los que el usuario sigue.

En el apartado del perfil se encuentra el propio *timeline* del usuario, es decir, los tuits que ha escrito y que ha compartido. Existe la posibilidad de descargar una copia de este *timeline*. Para ello,

tenemos dos opciones: primera, acceder en nuestra cuenta de Twitter, en el apartado *Perfil y configuración*>*Configuración y privacidad de la cuenta*>*Tus datos de Twitter*>*Otros datos*>*Archivo de Twitter*, en el que se indica «Descarga todo tu historial de Tweets»; o segunda, solicitar el archivo en el apartado *Perfil y configuración*>*Cuenta*>*Contenido*>*Solicita tu archivo*.

- **Following (seguidos).** Bajo el epígrafe de *following* se agrupan todas las cuentas a las que el usuario sigue y cuyo contenido aparece directamente en el *timeline*. Cuando se deja de seguir a alguna de ellas, hacemos *unfollow*.
- **Followers (seguidores).** Los *followers* son los seguidores que tiene el usuario, por lo que los tuits que publica este aparecen directamente en el *timeline* de aquellos. Si una cuenta es pública, cualquier seguidor puede seguirte y ver ese contenido, salvo que se le haya bloqueado.
- **Retuit o retweet (RT).** En la parte inferior de cualquier tuit existen cuatro símbolos. El primero de ellos nos permite responder a él, el segundo sirve para retuitearlo, el tercero es un corazón que se utiliza para marcarlo y añadirlo a la lista de los «Me gusta» del usuario, anteriormente conocida como «Favoritos», y el cuarto es un sobre que, al pinchar sobre él, nos permite enviar mensaje.

Con el segundo de esos símbolos, hacemos retuit. El retuit se produce cuando volvemos a publicar un tuit de otro usuario en nuestro TL contribuyendo a su difusión, y sin que se modifique su contenido en absoluto. Cuando retuiteamos, compartimos ese tuit con nuestros seguidores.

- **Me gusta.** También conocidos como favoritos, los «me gusta» se producen cuando marcamos el símbolo del corazón que aparece debajo de un tuit, el cual anteriormente era una estrella. Todos los que marquemos, podremos verlos en nuestro *timeline* seleccionando el apartado «me gusta».
- **#Hashtag.** Se denomina así a las palabras clave o etiquetas que se incluyen en cada tuit para diferenciarlos, indicar sus contenidos y seleccionarlos por temas. Esta forma de etiquetar también resulta común al resto de redes sociales. La palabra clave se marca con el símbolo de la almohadilla delante y se utiliza para filtrar los temas. Si pinchamos sobre cualquier palabra clave o la escribimos en el buscador de Twitter, la red nos mostrará todos los tuits que la incluyen, y podremos filtrarlos por fecha o por popularidad.
- **Trending Topic (TT).** Los famosos TT de Twiter son los temas del momento, las palabras clave más populares. Su fama suele durar unos minutos o unas horas, debido al carácter permanentemente actualizado y vivo de esta red social.
- **Menciones.** Las menciones se producen cuando se menciona o nombra a un @usuario en un tuit. Las menciones se incluyen dentro del apartado «Notificaciones» en el que también es

posible ver otras actividades, como los seguidores nuevos que tenemos.

- **Mensajes directos o *Direct Messages* (DM).** Los DM son mensajes privados que se envían entre usuarios dentro de Twitter. Para poder enviar a otro usuario un DM es necesario que ambos se sigan entre sí, por lo que no es posible que alguien a quien no seguimos nos envíe un mensaje directo. La única excepción se produce cuando se habilita la opción de poder recibir un DM de cualquier tuitero en la configuración de la cuenta (*Perfil y configuración > Configuración y privacidad de la cuenta > Privacidad y seguridad > Mensajes directos > Recibir mensajes directos de cualquier persona*).
- **Listas.** Las listas que podemos crear en Twitter son especialmente útiles para manejar con fines educativos, ya que agrupan y organizan las cuentas que nos interesan en un mismo listado sin necesidad de seguirlas.

En el apartado «Crear nueva lista» en el Perfil y configuración, podemos abrirla simplemente poniéndole un nombre y decidir si hacerla pública, de forma que cualquier usuario pueda verla y suscribirse a ella, o privada, de manera que solo la veríamos nosotros. Las listas privadas aparecen destacadas con el característico candado de Twitter.

Para añadir miembros a una lista no es imprescindible seguirlos. Simplemente en su página, hemos de acceder, junto al botón «Seguir», a «Más opciones de usuario». En las distintas opciones que se despliegan, ha de seleccionarse «Añadir o quitar de una lista» y podremos incluir tal cuenta en la que deseemos.

C. Actividades de dinamización

Las actividades de dinamización que pueden desarrollarse a través de Twitter son diversas en función de

IMPORTANTE

Agrupando las listas por temas o eventos, como educación, geografía, ciencias, música, escritores, cine, etc., podremos aprovechar uno de los recursos más prácticos de esta red social.

la materia a enseñar y las preferencias de cada profesor. Entre las más frecuentes destacan las siguientes: diario de clase, concursos, creación literaria, resúmenes, reseñas, comentarios, investigación, clubs de lectura, definiciones, acontecimientos históricos, diarios de personaje, tormenta de ideas, seguimiento de temas, aprendizaje de idiomas y para compartir contenido.

- Diario de clase. Con una cuenta de Twitter el docente puede llevar un diario de clase, con el que resumir las actividades diarias o semanales realizadas en el aula y facilitar el seguimiento de las mismas, tanto por los alumnos como por sus padres y tutores.
- Tablón de anuncios. De manera similar al diario de clase, pero centrándose únicamente en recordatorios de fechas de exámenes, tutorías, actividades, etc., la cuenta de Twitter puede ser utilizada por el profesor o por el centro educativo como tablón de anuncios.
- Concursos. Los concursos se organizan de forma que se formule una pregunta en un tuit y se dé determinado tiempo a contestar a los alumnos, ya sea a través de cuentas individuales o con una cuenta de clase en la que cada uno escribe firmando el tuit con un apodo o nombre para ser identificado.
- Creación literaria. Como actividad individual, el docente puede proponer a los alumnos la elaboración de microcuentos o historias breves que caben en un tuit. Si lo que desea es asignarles una tarea de carácter colaborativo, el profesor puede escribir un tuit iniciando una historia de ficción a la que deben ir contribuyendo los alumnos con tuits alternos.
- Resúmenes. Encargar la elaboración de resúmenes de artículos o temas en un tuit provocará que los alumnos se vean abocados a ejercitar su capacidad de síntesis y sus habilidades léxicas, por la limitación de caracteres a la que tendrán que adaptarse. De igual modo sucederá con las reseñas cinematográficas, musicales o literarias.
- Comentarios. Es posible proponer, en uno o varios tuits, comentarios o análisis sobre una obra de arte, una situación social, un evento histórico, un lugar geográfico, etc.
- Investigación. Es posible encargar tareas de investigación cada cierto tiempo sobre una innovación científica o tecnológica y compartirla en un tuit con el enlace a la noticia o al contenido. Asimismo, hemos de considerar que se puede usar Twitter para actividades como la investigación sin poseer cuenta alguna en esta red social, ya que los perfiles públicos que nos interesen son accesibles en todo momento en la Web y sirven como fuente de información inagotable. En la misma línea, se podrá realizar un seguimiento de temas, a través de las etiquetas o *hashtags* relacionados con la materia o asunto a estudiar.
- Clubs de lectura. Otra actividad sencilla para llevar a cabo en Twitter es comenzar un club de lectura que se desarrollará cada semana a medida que se lea la obra seleccionada. De tal modo, se dedicarán los tuits semanales a algún fragmento o capítulo.

- Definiciones. También resulta ameno y para potenciar el léxico y la búsqueda de información, proponer un término que haya que definir con las propias palabras en el espacio de un tuit y que los alumnos hagan su correspondiente aportación.
- Acontecimientos históricos. Estudiar los acontecimientos históricos y las efemérides con la documentación disponible en Internet (hemerotecas, bibliotecas digitales, etc.) e ir enlazándola y mostrándola en sucesivos tuits es una actividad que, además de potenciar competencias digitales en la búsqueda y selección de información, generará un archivo de recursos fácilmente localizable para los alumnos. Recordemos que cualquiera de los tuits deberá incluir el correspondiente *hashtag* del tema o actividad. Tal etiquetado permitirá que pueda ser encontrado más fácilmente.
- Diario de personaje. Para combinar el conocimiento histórico de un personaje y la época en la que vivió, así como potenciar el lenguaje y la creatividad, se recomienda seleccionar una personalidad histórica y crear un perfil con ella. Los alumnos deberán gestionarlo escribiendo alternativamente qué es lo que diría en determinado momento tal individuo, adaptando su lenguaje, comprendiendo su entorno y estudiando los acontecimientos desde su punto de vista.
- *Brainstorming* (tormenta de ideas). El *brainstorming* consiste en exponer un problema y que los participantes, en un periodo breve de tiempo, aporten soluciones de forma rápida y creativa. Este proceso, que se utiliza también en el entorno laboral, puede ser aprovechado para dinamizar el aula por medio de Twitter. Para ello, el profesor expondrá un problema y los alumnos escribirán los tuits con todas las soluciones que se les ocurran, en el plazo de un par días. Posteriormente, sus aportaciones se comentarán en el aula.
- Aprendizaje de idiomas. En lo que respecta al aprendizaje de idiomas las opciones son múltiples, ya que siempre existe la posibilidad de adaptar cualquiera de las actividades en Twitter a la lengua a practicar, en función de la dificultad y nivel de los alumnos. Además, es posible desarrollar ejercicios que se centren en las traducciones de tuits escritos por el profesor o personajes relevantes en la red, y en la formulación de preguntas que deberán ser respondidas por los alumnos en el idioma de estudio.
- Compartir contenido. Puede proponerse la redacción de tuits con enlaces de todo tipo para compartir el contenido que se haya encontrado sobre la materia u objeto a estudiar, como puede ser localizar grabaciones analógicas y enlazarlas en cada tuit sin que ninguna de ellas pueda ser repetida por los compañeros.

Hemos de tener en cuenta que muchas de estas actividades resultan realizables en otras redes sociales, con la salvedad de que no se caracterizarán por la dificultad de la limitación en los caracteres. Por tal motivo, aquellos ejercicios en que interese especialmente desarrollar las habilidades comunicativas, la síntesis y la concisión del lenguaje, han de contar con una limitación como la de los caracteres establecidos en la red de *microblogging* para obtener los mejores resultados.

D. Guía práctica

A la hora de encargar la elaboración a los alumnos de una actividad o ejercicio a través de Twitter, resulta práctico establecer un pequeño esquema general en el que desglosar las etapas a cubrir para el éxito de su realización, el cual podemos trasladar a la mayoría de redes sociales.

- Enunciado. Se explica a los alumnos el ejercicio que han de realizar de forma detallada, indicando la etiqueta correspondiente que se ha de incluir en cada entrada o tuit, en caso de ser necesaria.
- Plazo de entrega. Se establece una fecha límite para la elaboración de la tarea.
- Redacción. Los alumnos redactan las entradas o tuits conforme al ejercicio propuesto, en el límite de tiempo establecido.
- Corrección y calificación. Finalizado el plazo concedido, el profesor revisa y corrige los tuits o entradas y emite las calificaciones correspondientes.

Según la característica de la actividad, los plazos podrán variar desde uno o dos días hasta un trimestre, siempre adecuándose a los contenidos de la asignatura y a los objetivos que nos hayamos propuesto conseguir con su desarrollo.

7.2 Facebook

Facebook es la red social más popular en España. Sus usuarios publican en ella información personal y profesional, envían mensajes, forman parte de grupos y se hacen seguidores de las páginas de artistas, negocios o entidades que les interesan.

En redes sociales como Facebook se habla de «amigos» (*friends*) para hacer referencia a los contactos a los que hemos aceptado para formar parte de nuestra cuenta. Esos amigos pueden ver nuestro perfil y nosotros el suyo, siempre con las particularidades de la configuración que hayamos establecido, en el caso de haberlo hecho.

Como herramienta educativa, una red tan popular y generalista como Facebook posee desventajas y beneficios.

Entre las desventajas de su utilización en las actividades de aprendizaje, destaca la cesión total de derechos de autor sobre el contenido, la vigilancia continua sobre la privacidad y acceso a la información del grupo, y la distracción que puede suponer para los alumnos trabajar en una red que utilizan en su vida personal.

Si el profesor decide usar Facebook, debe utilizar una cuenta profesional dentro del sitio o bien la cuenta del centro, pero nunca la personal. Además, será necesaria la creación de un grupo en

la red con el nombre de la asignatura o estudio, para establecer una comunidad virtual de aprendizaje.

Entre los beneficios del uso de Facebook como herramienta de dinamización, hay que tener en cuenta que se trata de una plataforma gratuita que requiere poca inversión de tiempo para enseñar su uso, ya que la mayoría sabe ya cómo funciona; facilita la creación de grupos abiertos, cerrados o secretos; contribuye al conocimiento de los términos y condiciones de la propia red social, además de mantener actualizada su información sobre la seguridad y la privacidad; y favorece el aprendizaje sobre su gestión de forma personal y profesional.

A. Cuentas y usuarios

Para poder crear adecuadamente la comunidad virtual de aprendizaje dentro de esta red social, es necesario distinguir a la perfección el tipo de cuentas que es posible crear en Facebook. Así, hemos de estudiar las diferencias entre perfiles, páginas y grupos.

PERFIL PERSONAL	PÁGINA (FANPAGE)	GRUPO
Amigos	Me gusta	Miembros
Límite de 5000 amigos	Sin límite de «me gusta»	Sin límite de miembros
Público o parcialmente público	Público Estadísticas	Público, cerrado o secreto
Abierto o parcialmente cerrado Sin estadísticas Particulares	Instituciones, negocios, empresas, personalidades públicas, campañas, blogs, lugares...	

Diferencias entre perfiles, páginas y grupos en Facebook

En Facebook podemos abrir un perfil personal o una página (*fanpage*), además de crear grupos a través de ellos. Las instituciones, personajes públicos y empresas están obligados a abrir una página, y en caso de abrir con ellas un perfil personal, Facebook puede cerrarlo en cualquier momento, ya sea por denuncia o por haberlo detectado la propia red social.

Las opciones para abrir una **página en Facebook** son cinco: lugar o negocio local; empresa, organización o institución; marca o producto; artista, grupo de música o personaje público; y entretenimiento y causa o comunidad.

SABÍAS QUE

Hasta el año 2011, para abrir una fanpage era necesario tener un perfil personal, aunque ahora ya no sea imprescindible. El perfil que abre la página, que se convierte en su administrador, puede hacerlo simplemente con un correo electrónico, y posteriormente pueden añadirse otros administradores.

Las páginas de Facebook siempre se muestran de forma abierta. No obstante, hay pequeños detalles que pueden configurarse a la hora de establecer su privacidad, como el referente a la recepción de mensajes. Entre otras de sus principales diferencias con los perfiles personales se encuentra el apartado de estadísticas que poseen, en el que el administrador puede consultar datos tales como el número de visitas diarias, cuáles han sido las entradas más visitadas, el desglose de seguidores por edad y por localización geográfica, la hora en la que más accede la comunidad de seguidores a la *fanpage*, etc.

El administrador de la página es quien puede publicar en el muro, ese espacio donde aparecen los contenidos de la cuenta, o establecer los permisos necesarios para que el resto pueda hacerlo. Sin embargo, hay que tener en consideración que, una vez se ha publicado una entrada en el muro de una *fanpage*, cualquier persona con una cuenta en Facebook puede añadir en ella un comentario.

Si el centro educativo o institución de enseñanza desea tener presencia en Facebook ha de abrir una página, gracias a la cual transmitirá la preocupación de la institución por las tecnologías, facilitará la comunicación con los miembros de la comunidad educativa y servirá como fuente informativa de actividades, eventos y noticias. El docente, por su parte, deberá contar con un perfil o cuenta personal para crear grupos (públicos, cerrados o secretos) e interactuar con sus alumnos.

El **perfil personal** hace referencia a la cuenta de un individuo, siempre y cuando no sea una personalidad pública, pues en este caso tendría que abrir una página. En consecuencia, podremos tener una cuenta personal para la vida privada, completamente cerrada en su privacidad, y crear otra, como educador o docente, para usar exclusivamente de forma profesional para las actividades con los alumnos y establecer la comunidad virtual de aprendizaje. No obstante, si optamos por una sola cuenta en Facebook deberemos gestionarla de forma extremadamente cautelosa.

Cuando el docente abra un perfil, en el que en ningún caso es obligatorio incluir datos como fecha de nacimiento, lugar de residencia, información laboral, familiar, etc., puede abrirlo o bien para su actividad como profesor o bien solo para la asignatura. Desde esta cuenta, podrá crear un grupo y enviar la invitación para unirse a él a los alumnos, a través de sus direcciones de correo electrónico.

Hemos de prestar especial atención a las características del grupo que creamos como comunidad virtual de aprendizaje dentro de Facebook, con la finalidad de proceder a su configuración del modo más adecuado y privado para trabajar con los alumnos.

B. Tipos de grupos

Para crear un grupo en Facebook para trabajar con los alumnos, es conveniente que el educador utilice un perfil en la red social específico para ello. No es recomendable que el docente sea amigo de sus alumnos en Facebook, por lo que, para agregarlos al grupo cerrado o privado, deberá enviarles una invitación a su correo electrónico, tal y como facilita la plataforma.

En la mayoría de los casos, por las características que les son propias, los grupos más adecuados para trabajar con los alumnos serán los secretos, y en el supuesto de que trabajemos con estudiantes mayores de edad, podremos seleccionar también tanto los cerrados como los públicos si lo consideramos adecuado.

	PÚBLICOS	CERRADOS	SECRETOS
VISIBILIDAD	Todo el mundo puede ver el nombre, los miembros, la ubicación y descripción del grupo, sus publicaciones y etiquetas.	Todo el mundo puede ver el nombre, los miembros, la ubicación y descripción del grupo y etiquetas. Las publicaciones solo son vistas por los miembros actuales.	Solo los miembros actuales y anteriores del grupo pueden ver el nombre, la ubicación y las etiquetas; pero únicamente los miembros actuales pueden ver quiénes forman parte del grupo y las publicaciones.
MIEMBROS	Cualquier usuario de Facebook puede unirse, y cualquier miembro puede añadir o invitar a alguien al grupo.	Cualquier usuario de Facebook puede solicitar unirse, y cualquier miembro puede añadir o invitar a alguien al grupo.	Para unirse es necesario que un miembro del grupo añada o invite al usuario de Facebook.

Tipos de grupo en Facebook

La responsabilidad del grupo de Facebook o de la *fanpage* corresponde al administrador de la cuenta, que es quien puede publicar en el muro y configurar quién más puede hacerlo. No obstante, en el caso de las páginas y de los grupos públicos hay que tener en cuenta que una vez publicado algo, cualquier usuario de Facebook puede comentarlo. En estos casos, el aislamiento absoluto del resto de la red es imposible.

C. Actividades de dinamización

Las opciones para dinamizar las actividades educativas con el uso de Facebook son numerosas y el profesor deberá adaptarlas a la materia que enseñe, pero antes de habilitar el grupo para ello, han de establecerse unas premisas para intervenir en él. Tanto en la *fanpage* del centro de enseñanza como en el grupo creado para las actividades de dinamización, resultará especialmente útil publicar una nota con las normas básicas de participación. Exponiendo las mismas en una zona visible, tendremos la seguridad de que los miembros de la comunidad podrán conocerlas de antemano, con la finalidad de crear un buen ambiente de trabajo y evitar confusiones y malentendidos.

NORMAS BÁSICAS DE PARTICIPACIÓN EN FACEBOOK

Prohibido publicar datos personales, contenidos obscenos, etc.

No contestar con faltas de respeto y evitar el lenguaje ofensivo

No realizar publicidad

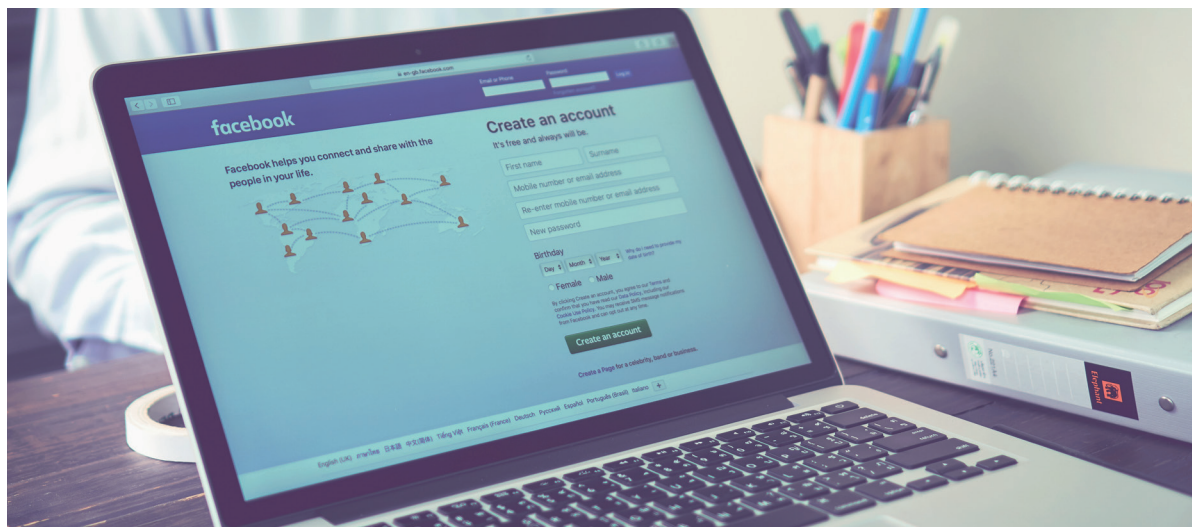
Prohibido difundir contenido sin mencionar la fuente ni el autor

Prohibido subir contenido protegido por derechos de autor

Eliminación del contenido que no cumpla las normas

Entre todas las **reglas de uso** que libremente podamos adoptar, lo más frecuente es especificar la prohibición de publicar datos personales y contenido inapropiado, contestar con faltas de respeto y difundir contenido sin mencionar las fuentes ni respetar las licencias de uso, así como cuidar la ortografía, evitar el lenguaje ofensivo, escribir textos breves, claros y concisos, no hacer publicidad, etc.

Además de la propuesta de ejercicios similares a los que podemos realizar en Twitter, incrementando su extensión (reseñas, comentarios, información de proyectos, creación literaria, etc.), los grupos de alumnos creados por un profesor en Facebook también pueden ser gestionados para la coordinación en la elaboración de trabajos, establecimiento de calendarios de entrega, práctica de una segunda lengua, resolución de dudas, etc.



En el supuesto de que encontremos algún comentario especialmente grave o incluso constitutivo de delito, lo más adecuado será realizar una captura de pantalla, imprimirlo y guardarlo antes de pensar en eliminarlo, por si fuera necesario tomar alguna medida legal, además de proceder con los trámites de denuncia de contenidos inapropiados y bloqueo de usuarios que cada red social, tal y como hace Facebook, dispone para ello.

En lo que respecta a la resolución de dudas, no es aconsejable utilizar el chat con los alumnos de forma privada para resolverlas. Las dudas, preguntas y aclaraciones que necesiten solventar deberán exponerse en el muro del grupo para que todos sus compañeros puedan beneficiarse de ellas. La participación de estos también provocará, en muchas ocasiones, que aporten su propia solución, facilitando e incentivando un aprendizaje colaborativo y la cohesión de la comunidad virtual de aprendizaje.

7.3 Google Plus

En Google Plus (Google +), la red social de Google, es posible diferenciar entre perfil personal, página de empresa y página profesional. No obstante, ha de tenerse en cuenta que para administrar una página es necesario contar con un perfil personal.

De forma similar a lo que sucede con Facebook, las páginas de Google Plus están diseñadas para instituciones, empresas, marcas y personajes públicos, por lo que destacan por un marcado carácter profesional. Como consecuencia, pueden crearse páginas oficiales, como la de un artista o la de una universidad, y páginas de comunidad, como las que apoyan a causas benéficas.

Una vez creada una cuenta en Google Plus hemos de gestionar las comunidades y los círculos. **Las comunidades** pueden ser creadas por perfiles y páginas, y se orientan a la interacción y co-

laboración de sus miembros. Pueden configurarse de forma pública, para que accedan a ella todos los usuarios, o cerrada, por lo que será necesaria una invitación para poder verlas. Por su parte, los **círculos** se organizan al agrupar a los contactos bajo un denominador común (círculo del alumnado de 3º, círculo de cuentas de escritores, círculo de revistas literarias, etc.).

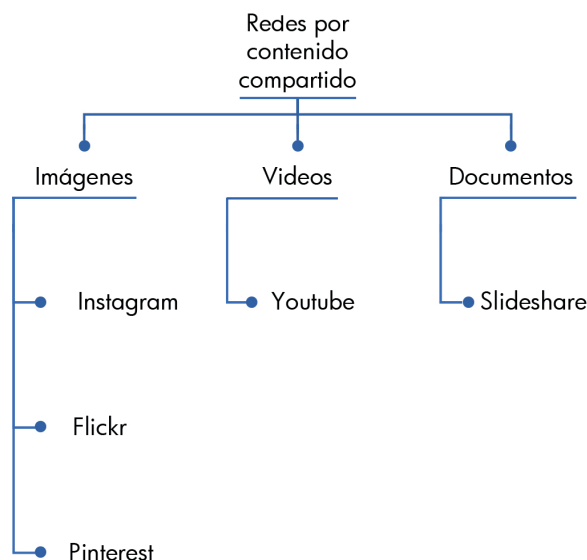
A. Actividades de dinamización

Las actividades dinamizadoras con Google Plus pueden centrarse en tutorías, tablón de anuncios, comunicación entre los miembros de la comunidad educativa, etc. No obstante, junto a la red social, lo que más destaca dentro de las aplicaciones de Google son los Hangouts.

Hangouts funciona como alternativa a otros servicios de videollamadas como Skype. Son utilizados por algunos profesores para dar clases en tiempo real, con la posibilidad de comentar videos al mismo tiempo, así como para tutorías y seguimientos de trabajos y proyectos a medio y largo plazo.

8. REDES POR CONTENIDO COMPARTIDO

Las redes de contenidos, también llamadas **redes por contenido compartido**, se caracterizan porque aquello que comparten sus miembros tiene determinado formato. Esos archivos de contenido pueden ser de texto, de video o de imágenes.



8.1 Instagram

Entre las redes sociales por contenido compartido, aquellas que se caracterizan por la subida y compartición de imágenes por parte de los usuarios, destacan tres: Instagram, Flickr y Pinterest, siendo la primera de ellas la que más crecimiento ha experimentado.

En Instagram, los usuarios toman fotografías y las comparten en la red, a través de un perfil público o privado, en el que se cuida más la identidad personal que las relaciones entre sus miembros. También es posible que suban el contenido en Instagram Stories. Este apartado dentro de Instagram trata al contenido de forma efímera, pues solo está disponible para ser visto durante un periodo de tiempo determinado. Instagram Stories fue incorporada en agosto de 2016 a la plataforma para competir con otra red social, Snapchat, que se caracteriza porque los mensajes que se suben a ella desaparecen en 24 horas después de ser vistos.

De tal forma, el *instagrammer* (usuario de Instagram) sigue a otros usuarios y es seguido por otros usuarios, con un funcionamiento muy similar al de Twitter, ya que lo que más importa en esta red social es el contenido que se comparte en relación con la identidad personal, el cual se etiqueta por medio de *hashtags*. También se pueden realizar menciones y enviar mensajes a otros miembros de la red.

Sin embargo, la aparición de las fotografías de las personas a las que seguimos no es de forma cronológica, tal y como sucede con Twitter, sino que lo hace de forma aleatoria, pues usa el mismo algoritmo de Facebook que provoca que esto suceda. No es de extrañar si tenemos en cuenta que Instagram fue comprada por Facebook en el año 2012, por lo que muchas de sus utilidades y configuraciones tienen similitud con esta otra red social, lo cual facilita su uso. De igual modo, el titular de la cuenta de Instagram puede eliminar o contestar los comentarios de otros usuarios, así como denunciarlos y bloquearlos.

A. Actividades de dinamización

En caso de que el educador opte por abrir una cuenta en Instagram para el aula o grupo de alumnos, es posible utilizarla de forma similar al resto de las redes sociales, aunque con especial preponderancia por la imagen. Entre las actividades a realizar, destacan las opciones de compartir proyectos, registrar experimentos, mostrar salidas de campo, uso de imágenes para comentarios y descripciones, diario escolar, creación literaria, biblioteca, concursos y líneas de tiempo.

- Compartir proyectos. La creación de una cuenta de clase para subir las fotografías de proyectos y actividades realizadas por los alumnos para mostrar a padres y al resto de la comunidad educativa es una de las funciones que puede asumir el educador gestionando un perfil educativo en Instagram.

- Registro de experimentos. Es especialmente interesante llevar un registro fotográfico de los experimentos que se realicen en el aula, con los que seguir secuencialmente el desarrollo y evolución de los que se lleven a cabo, en las asignaturas que así lo permitan.
- Salidas de campo. De igual modo que con los experimentos, se pueden documentar con imágenes salidas de campo y excursiones diversas, tanto a entornos naturales como a lugares artísticos o históricos.
- Descripciones. La búsqueda de imágenes a través de Instagram, para utilizar a la hora de proponer la descripción de cada una de ellas, todas en relación con las materias de estudio, es otro método para su uso en el aula que facilita la práctica de debates y comentarios diversos.
- Diario escolar. También puede utilizarse la cuenta de Instagram como un diario de clase, subiendo fotografías para ilustrar la actividad escolar, lo cual mantendrá informados a los distintos miembros de la comunidad educativa.
- Creación literaria. Las actividades de creación literaria también son adaptables a Instagram si nos servimos de las imágenes para inventar, a partir de una fotografía o secuencia de fotografías, un cuento o relato breve.
- Biblioteca. El profesor puede invitar a los alumnos a que suban imágenes de sus libros favoritos o fotografíen los libros que vayan leyendo a lo largo del año para formar una biblioteca visual.
- Concursos. Subir una imagen para que sea reconocida por los alumnos en el menor tiempo posible (lugar geográfico, personaje histórico, obra de arte, etc.) es una actividad que contribuirá a incrementar sus habilidades de búsqueda de información y flexibilidad.
- Líneas de tiempo. Ilustrar con fotografías el desarrollo histórico de un acontecimiento, una época, un cambio social, usos y costumbres, etc., a través del tiempo.

Hay que considerar que desde la cuenta de Instagram se puede publicar fácilmente en otras redes sociales. La publicación en esta red puede insertarse en el mismo momento de la subida de imágenes en las cuentas de Facebook y Twitter, por lo que cabe la opción de usarla tanto como red individual como formando parte de una actividad más amplia o complementaria.

8.2 Flickr

Flickr es un sitio web con características de red social en el que se comparten, etiquetan, almacenan y venden fotografías y videos. Además, es posible crear grupos públicos o cerrados, y añadir comentarios y notas de texto a las imágenes.

Con el buscador de Flickr podemos acceder, buscar y descargar las imágenes que necesitamos para nuestros proyectos y actividades educativas. Para ello, se pueden filtrar por formato (tamaño, orientación, etc.) y por licencia de contenido. Este motor de búsqueda de imágenes resulta especialmente útil, ya que no es necesario tener cuenta en la plataforma para poder utilizarlo. Para abrir una cuenta en Flickr, que puede ser gratuita o de pago (Flickr Pro), es necesario un correo electrónico.

Flickr puede ser utilizado en el proceso de enseñanza para la búsqueda de información y, en caso de abrir una cuenta, para la creación de álbumes sobre un tema, así como para realizar exposiciones virtuales y reportajes fotográficos sobre eventos (excursiones de clase, visitas a museos, seguimiento de experimentos, etc.).

8.3 Pinterest

Pinterest, cuyo nombre es acrónimo de *pin* más *interest*, es una red social que funciona como un tablón virtual en el que se recopilan imágenes (*pins*). El contenido se distribuye en forma de tableros (públicos o privados) que permiten mostrar o agrupar la información por temas. Si abrimos una cuenta para el centro de enseñanza o para el aula podemos mostrar las instalaciones del centro, los libros, agrupar los contenidos por materias o áreas de conocimiento, etc.

Para darse de alta es necesario un correo electrónico, aunque también puede abrirse un perfil a través de la cuenta de Facebook o Google. Si optamos por una cuenta para la clase, es interesante la opción de convertir el tablón en colaborativo. En la configuración se pueden enviar invitaciones por medio de correo electrónico para que los alumnos colaboren colgando sus propios *pins*, y añadiéndolos al tablero.

Pinterest es un potente buscador de contenidos para material educativo, pero también es un recurso eficaz para incentivar y motivar a los alumnos en creación de tableros culturales, exposiciones virtuales, proyectos, álbumes geográficos, etc.

8.4 YouTube

La red social de videos más importante en estos momentos en Internet es YouTube, que pertenece a Google desde el año 2006. Su buscador es el segundo más utilizado del mundo.

Los videos explicativos que podemos encontrar en esta red social son una de las herramientas más potentes para la enseñanza. Además, resulta especialmente sencillo compartirlos a través de las redes sociales. Documentales, píldoras informativas y *webinars* (conferencias y talleres *online*) son algunos de los muchos recursos a los que podemos acceder en esta red

social, aprovechando la potencia de su buscador y el filtro en las búsquedas. También es posible subir nuestros propios videos.

Al igual que sucede con Google Plus, ha de tenerse en cuenta que al poseer una cuenta de Google o correo electrónico Gmail, inmediatamente se tiene acceso a todos sus servicios y redes sociales, por lo que es muy fácil acceder a él.

8.5 Slideshare

Slideshare es un sitio web gratuito, con características de red social, en el que se suben y comparten presentaciones, documentos, infografías y diapositivas, de forma pública o privada, en distintos formatos, como PowerPoint, Adobe PDF, Open Office, Microsoft Word, etc. Asimismo, también puede ser utilizado para buscar y/o descargar contenido.

Los documentos que se pueden subir para compartir se configuran de forma pública o privada. Las presentaciones públicas son visibles por todos los usuarios de Internet. Sin embargo, las que han sido configuradas como privadas solo pueden ser vistas por aquellos a los que se les envía el enlace para su acceso y visualización. Esta red también ofrece la posibilidad de crear grupos.

Slideshare pertenece a la red social LinkedIn desde 2012, por lo que es posible darse de alta o acceder a través de la cuenta de esta última, así como por medio de correo electrónico si se trata de una entidad o centro de enseñanza. Por sus características y edad mínima exigida (16 años), ambas resultan más adecuadas para la enseñanza superior o de adultos.

Slideshare es una opción idónea para subir manuales, trabajos, presentaciones multimedia, portafolios e infografías relacionadas con la materia a enseñar para compartir posteriormente por medio de otras redes sociales, los blogs o las wikis. También resulta especialmente útil como buscador.

9. REDES VERTICALES

Las redes sociales verticales agrupan a sus usuarios por sus temáticas, por lo que también se las conoce como redes especializadas. Entre ellas podemos distinguir entre redes de ocio, profesionales y educativas.

Dentro de las redes de ocio, méncion aparte merecen las **redes sociales infantiles**, aquellas que están dirigidas a los más pequeños. Normalmente se orientan a menores de 13 años, por lo que suelen ofrecer juegos, concursos, diseños, puzzles, imágenes para colorear, etc. Este tipo de redes

sirve para familiarizar a los niños con las tecnologías, al tiempo que disfrutan de un ocio siempre controlado.

Aunque por sus propias características no sean adecuadas para crear comunidades de aprendizaje, páginas infantiles como Clan de www.rtve.es sí pueden ser útiles para darlas a conocer en el aula, enseñar su uso a los más pequeños e iniciarlos así en unos buenos hábitos, aprovechando su carácter lúdico. Hay que recordar que al hablar de menores, en caso de querer que los alumnos menores de 14 años abran un perfil propio, será necesario solicitar por escrito el permiso de sus padres o tutores.

El resto de las **redes sociales de ocio** es tan diverso como los intereses y aficiones de los individuos, por lo que resultan muy numerosas. Entre las más destacadas, podemos mencionar las relativas a las manualidades, los deportes, los viajes, la naturaleza, la música y la literatura.



La Isla de Club Penguin, de Disney, es una de las redes sociales infantiles más utilizadas y no necesita registro. No obstante, también es posible crear en ella una cuenta personal. El menor solo necesita un nombre y una contraseña, porque el correo electrónico ha de ser el de los padres o tutores. De similar forma y contenido es Mundo Gaturro, de Clan RTVE.es, en la que los padres pueden realizar el registro a través del correo electrónico o de su cuenta en Facebook, Google o Live.pie

REDES SOCIALES DE OCIO

Manualidades

- Ravelry: red social para los amantes de la costura y el ganchillo.

Deportivas

- Strava: red social para deportistas en funcionamiento desde el año 2009.

De viajes

- TripAdvisor: red social para viajeros y sector turístico.

Animales y naturaleza

- Mascotea: red social para personas con mascotas.

Musicales

- Spotify: plataforma de música con opciones de red social
- Myspace: red social para músicos y aficionados.

Literarias

- Goodreads: red social para lectores y aficionados a la literatura.

TOMA NOTA

Entre todas las redes sociales de ocio para utilizar con los alumnos en múltiples áreas de la enseñanza, vale la pena destacar Goodreads, con la que podremos crear grupos de lectura y realizar diversas actividades.

9.1 Goodreads

Goodreads es una red social en la que el usuario cataloga sus lecturas creando estanterías virtuales que se comparten en su perfil. Estos libros son vistos por el resto de usuarios, que pueden enviar solicitudes de amistad a otros miembros de la red social si lo desean, seguir las cuentas de autores y crear grupos de lectura.

ACTIVIDADES DINAMIZADORAS CON GOODREADS

- Otorgar puntuaciones a los libros
- Crear listas de futuras lecturas
- Indicar qué libro se está leyendo y el progreso en la lectura
- Reseñar libros
- Enviar recomendaciones de libros
- Crear clubs de lectura, grupos de debates, retos o eventos
- Utilizar su buscador para localizar libros, obtener sus datos editoriales en diversas ediciones y leer sus reseñas
- Agregar los datos de libros que no estén dados de alta en la plataforma

Para abrir una cuenta en Goodreads es suficiente un correo electrónico, aunque también puede hacerse a través del perfil de Facebook, Twitter, Google y Amazon. Los datos a aportar, si se desea, son mínimos, pues la red se centra en los libros sin que la vida personal tenga ningún protagonismo en ella.

Su uso en las actividades de aprendizaje es variado. Goodreads es una herramienta ideal para crear clubs de lectura y debates literarios, pues facilita la creación de grupos a los que se puede acceder mediante invitación. También pueden elaborarse reseñas de libros, crear listas, llevar un seguimiento de lecturas, enviar recomendaciones a otros usuarios, utilizar el buscador como fuente bibliográfica y añadir los libros que deseemos y que no se encuentren en su base de datos.

9.2 LinkedIn

Las redes sociales profesionales son aquellas que se centran en las relaciones de carácter laboral y profesional que podemos desarrollar dentro de ellas. De tal forma, en este tipo de redes no se tienen «amigos», sino que se aceptan «contactos».


LinkedIn es la más destacada de todo este tipo de redes, donde los individuos (estudiantes y profesionales) y empresas abren perfiles con sus currículos, convirtiéndose así en un escaparate y un vivero de contactos para relacionarse con el resto del universo laboral.

En LinkedIn también es posible crear un grupo de forma cerrada, por lo que resulta una red idónea para abordar con fines educativos. Sin embargo, sus miembros siempre han de ser mayores de 16 años, que es la edad mínima que admite LinkedIn para poder utilizar sus servicios. Para crear un grupo hay que acceder en la cuenta personal a *Grupos>Mis Grupos>Crear grupo*.

El grupo de LinkedIn puede configurarse como «grupo estándar» o «grupo no publicado». En el grupo estándar, los miembros del grupo pueden invitar a otros usuarios en la red a unirse, además de aparecer en buscadores. Por el contrario, el grupo no publicado no sale en los resultados de las búsquedas y únicamente el propietario, administradores y moderadores pueden enviar invitaciones a otros usuarios. Tales características facilitan que las actividades de dinamización a realizar, en un entorno cerrado, puedan ser similares a las de redes generalistas como Facebook y Twitter, con la elaboración de trabajos, proyectos y actividades similares.

9.3 Edmodo

Las redes sociales educativas son aquellas que se han constituido exclusivamente para la enseñanza y sus usuarios son miembros de la comunidad educativa. En ellas, según sus funciones, pueden reunirse profesores, padres y alumnos, en entornos aislados del resto de redes, por lo que son perfectas para desarrollar las actividades, aprovechar el entorno virtual y mantener una comunicación ágil con padres y tutores. Entre todas ellas, destaca Edmodo.



Edmodo es una plataforma educativa, con formato de red social, diseñada para uso pedagógico, orientada a profesores, alumnos y padres. Se caracteriza por un alto nivel de privacidad, por lo que es posible constituir en ella entornos cerrados.

Para registrarse en Edmodo, el profesor únicamente necesita un nombre, un correo electrónico y una contraseña. El alumno, por su parte, ha de tener un nombre de usuario, una contraseña y un código (grupo). Este código lo genera la propia plataforma cuando el profesor abre un grupo de clase.

Para abrir un grupo de clase, el docente ha de elegir la opción «Crear», asignarle un nombre y seleccionar el área de trabajo, el nivel educativo y si sus miembros serán de solo lectura. Como resultado, la plataforma genera ese código que se ha de facilitar a los alumnos para que se registren en ella. Los grupos trabajan de forma cerrada, aunque poseen un perfil público en el que se puede exponer lo que interese compartir de forma abierta.

La organización de Edmodo se desarrolla en un muro, como en otras redes sociales, en el que los alumnos pueden adjuntar trabajos y tareas. También dispone de un apartado de notas, que puede utilizarse como foro para resolver dudas y proponer actividades; alertas, para avisar de fechas de exámenes o entregas de trabajos; carpetas, donde archivar los materiales para las unidades didácticas, etc.

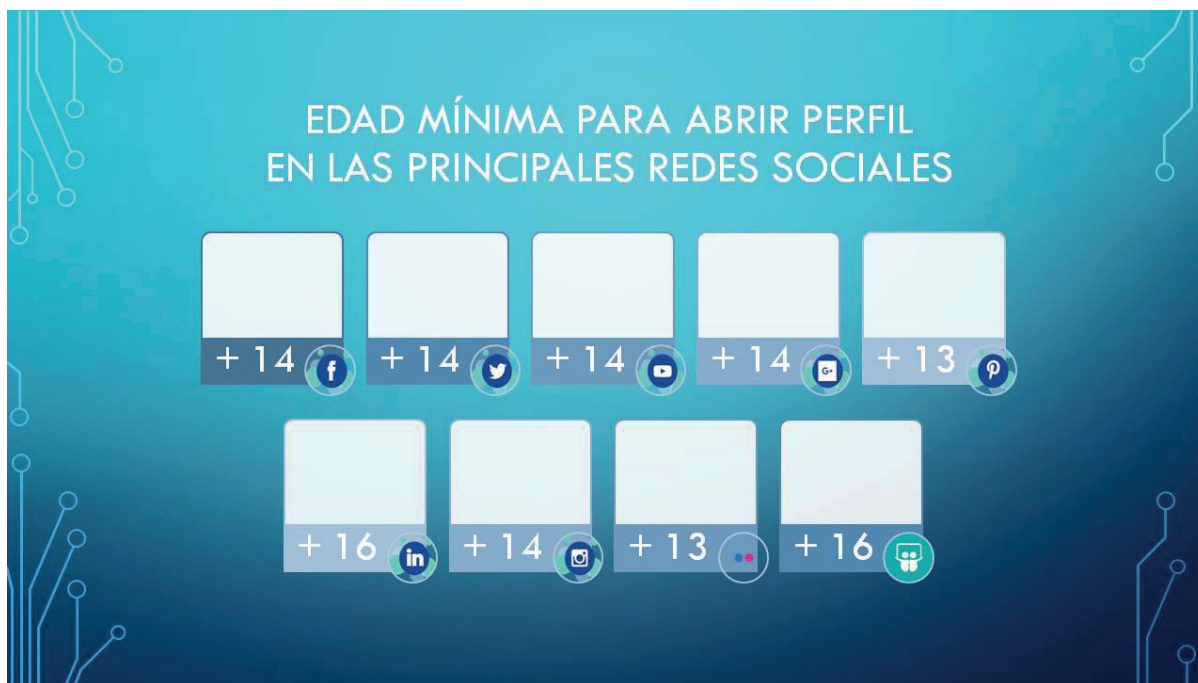
10. REDES SOCIALES Y SEGURIDAD

Para poder utilizar las redes sociales con fines educativos hemos de tener en cuenta el marco normativo que las regula, ya que algunas de ellas estipulan en sus condiciones que no permiten el acceso a menores de determinada edad.

La edad mínima para abrir perfil en una red social en España es de 14 años, tal y como establece el art. 13 del Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. Asimismo, hay que tener en cuenta que la mayoría de las redes sociales también establecen una edad mínima para poder hacer uso de sus servicios.

Como resultado, según la legislación española, los mayores de 14 años pueden registrarse sin consentimiento paterno en las redes sociales, siempre y cuando estas permitan el acceso a usuarios de tal edad. Los menores de 14 años han de contar con consentimiento expreso de los padres o tutores para inscribirse en las redes, lo especifiquen estas o no.

En los casos en los que el profesor trabaje con alumnos menores de 14 años deberá utilizar redes educativas que así lo permitan, aunque no debe olvidar que tendrá que contar con la autorización paterna para poder hacerlo.



Al igual que Twitter, Facebook e Instagram solo admiten usuarios mayores de 14 años, y es posible denunciar una cuenta de un menor de esa edad a través de un formulario que se facilita en la propia red. Asimismo, todos los servicios a los que accedemos a través de una cuenta de Google, como Blogger, YouTube, Gmail, etc., exigen una edad mínima de 14 años.

En el caso de Goodreads, Pinterest y Flickr, la edad mínima para abrir una cuenta es de 13 años, según sus términos y condiciones. No obstante, en España, sería necesaria la autorización de padres o tutores para hacerlo, ya que se trata de menores de 14 años, que es la edad mínima que establece la legislación española para poseer un perfil en una red social.

En la actualidad, LinkedIn y Slideshare son las que requieren mayor edad para utilizar sus servicios, pues los limitan a mayores de 16 años.

10.1 Privacidad y buenas prácticas

Cualquier usuario de redes sociales ha de conocer los riesgos de su uso. Es necesario que los alumnos aprendan a comportarse de forma adecuada en todo entorno virtual para evitar problemas, por lo que son imprescindibles unas buenas prácticas a seguir. Para ello, educadores y tutores han de predicar siempre con el ejemplo.

A. Términos y condiciones de uso

Es imprescindible leer las **políticas de uso y privacidad**. Leer las condiciones del servicio de cualquier aplicación en línea resulta fundamental para ser conscientes de su utilización, y saber qué es lo que va a suceder y qué derechos cederemos en lo que respecta al contenido que subamos y la información que aportamos.

Las condiciones del servicio de las aplicaciones *online* no suelen ser leídas por la mayoría de los usuarios. Sin embargo, hemos de asumir y enseñar que es nuestra responsabilidad la lectura de los términos y condiciones de uso de cualquiera de ellas antes de inscribirnos en las plataformas y redes sociales o descargar y/o utilizar cualquier aplicación. Al igual que no firmaríamos un contrato sin leerlo o una hoja en blanco, la actitud en Internet ha de ser la misma, pues desde el momento en que aceptamos los términos, hemos asumido todas las condiciones que se especifican en ellos, ya que nadie nos ha obligado a hacerlo.

Este es el único modo en el que seremos conscientes de cómo cederemos los datos personales y los derechos de nuestro contenido cuando nos damos de alta en cualquier red social.

Con tal conocimiento, podremos seleccionar mejor qué subir y qué no subir a las redes, y también sabremos qué sucederá en el futuro con nuestros archivos, como fotografías y videos, así como los permisos de utilización que estamos otorgando al aceptar los términos y condiciones de uso. Educar en tal actitud a los más jóvenes es primordial para salvaguardar la privacidad en la red y adoptar unas buenas prácticas de uso.

Además de ello, podremos asegurarnos de qué prohibiciones de uso se establecen en cada una de las redes sociales. La mayoría de ellas prohíben difundir contenido sexual o pornográfico, utilizar lenguaje violento y crear perfiles falsos, al tiempo que establecen una edad mínima para poder usarlas. Cuando encontremos contenido que viole esas normas de uso, no debemos difundirlo y será conveniente denunciarlo en los apartados y pestañas que, asimismo, las redes sociales facilitan para ello.

B. Contraseñas seguras

La contraseña que utilicemos en cualquier entorno virtual, ya sea en redes sociales, correos electrónicos, tiendas *online*, etc., debe ser exclusiva, estar compuesta como mínimo por 8 caracteres, combinar mayúsculas, minúsculas, números y signos y no tener significado alguno. Además, deberá ser modificada con asiduidad.

Tales características, que pueden parecer tediosas a muchos usuarios, se deben a que cuanto más larga y complicada sea la contraseña, más difícil resultará romperla. La complejidad en sus caracteres y la ausencia de significado alguno de sus palabras se aconseja para evitar los pro-

gramas de descodificación que usan diccionarios, de forma que siguen el orden alfabético de los términos probando distintas combinaciones hasta encontrar la clave adecuada.

De igual modo, no debe incluirse información personal en la contraseña, que puede ser conseguida fácilmente en redes sociales, y tampoco hemos de facilitarla a terceros ni guardarlas automáticamente en el dispositivo cuando el navegador nos ofrezca tal opción.

C. Selección de contenido

Hay que ser selectivo con el contenido que subimos a las redes. No se debe subir ninguna información de carácter sensible o privada, ni contenidos de terceros o imágenes en las que aparezcan sin su autorización.

La información sensible es aquella de carácter personal que puede perjudicarnos si es mal utilizada por otras personas o si se pierde, y que incluye datos relevantes como dirección, número de teléfono, correo electrónico, etc., y documentos, imágenes, audios y videos.

La selección de contenidos incluye todo lo que decidimos difundir, en especial, las fotografías, que podremos compartir de forma pública o privada. Los seleccionadores de personal de las empresas han adoptado ya como práctica habitual, antes y después de las entrevistas de trabajo, consultar los perfiles en redes sociales de los aspirantes a un empleo. Lo cierto es que por ese motivo muchos de ellos no lo han logrado, o incluso teniéndolo lo han perdido, por haber quedado en evidencia en redes sociales al haber realizado comentarios inapropiados, quedar al descubierto sus mentiras, etc. Igual cuidado hay que tener con la fotografía de perfil que elijamos en las redes, ya

RECUERDA

Ha de tenerse en cuenta que lo que publicamos en Internet no desaparece. Una vez subimos el contenido, perdemos el control sobre él, ya que puede ser compartido, fotografiado con una captura de pantalla o descargado. Solo podremos eliminar nuestra entrada, jamás las difusiones o copias que hayan realizado el resto de usuarios.

que constituye nuestra carta de presentación. Esa primera impresión causará más impacto que las posteriores.

Por ello, una buena costumbre es preguntarse, antes de subir contenido, si nos importaría que lo vieran nuestros padres o si lo enseñaríamos a cualquier desconocido con el que nos cruzáramos por la calle. Porque, aunque nos parezca lo contrario, cualquier desconocido podría tener acceso a él.

Tampoco hemos de subir contenido de terceros sin su autorización, como fotografías en la que aparecen, capturas de pantalla de sus mensajes, etc., ya que hemos de respetar la gestión que hayan decidido hacer de su imagen e intimidad.

D. Privacidad del perfil

La mayor seguridad es configurar un perfil privado en una red social, aunque nunca será privado del todo, si tenemos en cuenta que la imagen y el nombre se mostrará visible en casi todas las redes, como sucede con Facebook, Twitter e Instagram.

Aunque la privacidad oculte nuestras entradas, tuits e imágenes a todos los que no hayamos aceptado como amigos o seguidores, siempre se mostrará visible la imagen de perfil, el nombre y la frase de información que, en su caso, hayamos agregado a él.

En el supuesto de no seleccionar un perfil privado, hemos de ser conscientes de que el perfil público y su contenido pueden ser vistos por cualquier persona que acceda a Internet y la cuenta al completo será rastreada en buscadores.

E. Lista de contactos

En todas las redes sociales, es necesario seleccionar los contactos antes de seguirlos o aceptar sus solicitudes de amistad, para comprobar quién las envías y poder consultar sus perfiles antes de añadirlos a nuestros amigos. No es aconsejable aceptar perfiles anónimos o que parezcan falsos.

La falsa seguridad que ofrece el relacionarse a través de la pantalla de un ordenador, una tableta o un teléfono móvil no debe hacer que actuemos de forma irracional. Al igual que no invitáramos a nuestra casa a nadie que acabáramos de conocer en una cafetería o en una discoteca, tampoco debemos dar acceso a nuestros perfiles privados en Internet a cualquiera que nos lo solicite.

F. Control parental

El acceso a contenidos inapropiados que pueden encontrarse los menores en Internet puede ser de carácter pornográfico, violento y fraudulento, además de encontrar bulos y falsedades. Para controlar ese tipo de contenidos resulta imprescindible establecer el control parental en los ordenadores y dispositivos que utilicen, y que se encuentra incluido en los navegadores, pero que es necesario configurar, así como establecer la configuración de los permisos necesarios en las redes sociales y en las tabletas y teléfonos inteligentes.

La mayoría de las redes sociales incluye en sus condiciones la prohibición de difundir contenido sexual o pornográfico, utilizar lenguaje violento o de odio y crear perfiles falsos. Si encontramos contenido que vulnera las normas, es necesario denunciarlo y no difundirlo.

G. Webcam

Es aconsejable desconectar la webcam cuando no la usamos o tapar la cámara del portátil con cinta negra, para evitar el *creepware*, programas maliciosos que controlan el equipo, y convierten las webcams en cámaras espía para obtener imágenes e información de los internautas.

Lo cierto es que desconocemos quién puede mirarnos cuando tenemos la webcam conectada a nuestro ordenador y si está utilizando ese tipo de programas para recopilar información. Los ciberdelincuentes pueden servirse de imágenes obtenidas para chantajear a las personas, por lo que es necesario desconectarla cuando no se utilice, en caso de que sea externa, o taparla si se trata de dispositivos móviles. Incluso las fotografías en bikini que pueden subirse en vacaciones a las redes sociales pueden ser descargadas y, posteriormente, vendidas en el mercado negro para su distribución en webs eróticas.

H. Controlar accesos a aplicaciones

Hay que controlar las aplicaciones y juegos a los que damos acceso a través de las redes sociales, y en nuestros dispositivos móviles, ya que implican riesgos al cederles nuestros datos y permitirles determinadas acciones y usos.

Esta práctica responsable guarda relación directa con la lectura de los términos y condiciones de uso. En la mayoría de los casos, si los usuarios leyeran tales datos antes de descargarse una aplicación gratuita en sus teléfonos móviles reflexionarían sobre cuál elegir, ya que con muchas de ellas se autoriza el acceso a gran parte de la información que almacenamos en nuestros dispositivos.

I. Cerrar sesiones

Es necesario cerrar las sesiones que iniciemos en Internet después de utilizarlas, sea en redes sociales, correos electrónicos, foros, plataformas educativas, etc. En caso contrario, cualquiera que tenga acceso a nuestro dispositivo, de forma física o virtual, podrá suplantar nuestra identidad.

No valdrá de nada haber seleccionado la contraseña más segura del mundo si nosotros mismos no cerramos el programa en el que la utilizamos.

10.2 Configuración de privacidad

La configuración de privacidad es uno de los puntos más importantes a la hora de utilizar una red social, aunque los usuarios tiendan a dejar por defecto la que establece la plataforma al abrir la cuenta, que normalmente es absolutamente pública.

Los adolescentes, además, suelen poseer una sensación de inmunidad al utilizar las redes sociales, pues tienden a creer que los únicos que acceden a ellas y ven sus perfiles son sus amigos. En consecuencia, es tarea de los adultos, incluidos los del entorno educativo, educarles sobre la exposición a la que se someten y los riesgos que corren.

En todo momento hemos de tener en cuenta que, incluso en la configuración de privacidad más cerrada, nuestros contactos pueden compartir, etiquetar y hacer capturas de pantalla de nuestro contenido. Por eso es tan importante pensar lo que subimos a las redes antes de hacerlo.

Como consecuencia, hemos de ser especialmente cuidadosos en la configuración de los perfiles de redes como Facebook, Twitter, Instagram y Google Plus, en función asimismo del contenido que compartimos y el modo en que las utilizamos (personal o profesional). De igual forma, podremos transmitir buenos hábitos a los estudiantes.

A. Facebook

La configuración de privacidad en Facebook ha de ser revisada con frecuencia, pues cabe la posibilidad de que, en caso de que cambien sus condiciones de uso, nuestro perfil quede expuesto al público mientras no la configuremos de nuevo.

Si accedemos al apartado de *Configuración*>*Privacidad* en nuestra cuenta de Facebook, podremos establecer quién puede ver las publicaciones (cualquier usuario, amigos, amigos concretos o personalizar quiénes pueden verlas y quiénes no). En caso de tener muchos amigos en esta red social, es práctico agruparlos por listas (amigos, familia, compañeros de trabajo, etc.), de manera que, a la hora de configurar la privacidad la tarea sea más sencilla.

SABÍAS QUE

La configuración del perfil de Facebook puede ser abierta, cuando cualquier persona tiene posibilidad de ver nuestra cuenta al completo y se encuentra indexada en buscadores, o parcialmente cerrada, la cual no aparece en buscadores y solo puede ser vista por los contactos (amigos o amigos y amigos de amigos).

También podemos elegir quiénes pueden ver los contactos que son nuestros amigos en Facebook, es decir, todas las cuentas con las que compartimos amistad. Asimismo, esta lista de amigos puede personalizarse, hacerse pública, permitir solo a nuestros amigos verla o marcar la opción «solo yo» para que nadie más pueda consultarla. Esta última forma es la más restrictiva, ya que no permite que nadie absolutamente tenga conocimiento de nuestras amistades en esta red, aunque en el caso de tener amigos comunes con otra cuenta, cuando consultemos su perfil sí se nos informará sobre ello.

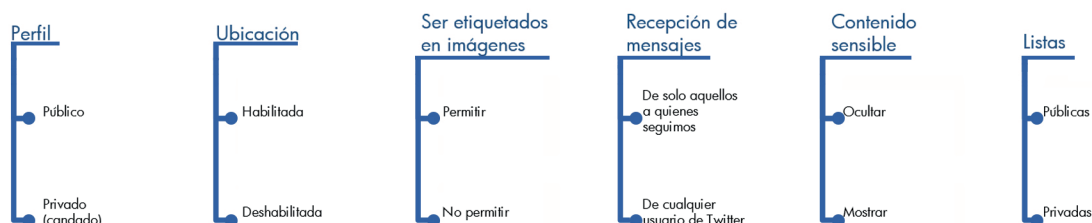
Las solicitudes de amistad también pueden ser configuradas en este apartado. Así, podemos decidir que solo nos envíen solicitudes «amigos de nuestros amigos», lo cual contribuirá a mantener más control y seguridad sobre quiénes acceden a nuestro perfil de Facebook. De igual modo, es importante que seleccionemos la opción de no permitir a los motores de búsqueda fuera de esta red social que muestren nuestro perfil personal.

Si accedemos al apartado de *Configuración > Biografía y etiquetado*, podremos establecer los permisos para publicar en nuestra biografía o muro, así como quiénes pueden ver las fotografías en las que se nos haya etiquetado, entre otros. Las opciones, como es habitual, van desde lo más restrictivo (solo yo) hasta la menor protección (todos). En esta misma sección, en la última parte de la página, bajo el epígrafe «Revisión» se nos facilita la opción de «Ver cómo». Pinchando en ella podremos comprobar cómo ven nuestro perfil aquellas personas que no son amigas nuestras en la red social.

B. Twitter

Para establecer las opciones de privacidad que deseamos en Twitter, hemos de acceder en nuestra cuenta

a *Perfil y configuración*>*Privacidad y seguridad*. En este recuadro, seleccionaremos si queremos que nuestros tuits sean públicos o privados. En este último caso, solo podrán ser vistos por aquellos seguidores que aceptemos y nuestra cuenta aparecerá con un pequeño candado junto a nuestra imagen de perfil. En esta sección también podremos seleccionar si permitimos que se muestre la ubicación desde donde estamos tuiteando, que se nos etiquete en fotografías y recibir mensajes de cualquier tuitero o solo de aquellos a los que también seguimos.



Opciones de privacidad en twitter

En una cuenta con alumnos, es recomendable marcar las opciones de seguridad respecto a «ocultar contenido que pueda herir la sensibilidad de algunas personas» y dejar sin marcar «Mostrar contenido multimedia que pueda contener material delicado».

C. Instagram

La opción de privacidad más importante en Instagram es decidir si deseamos que nuestra cuenta sea pública o privada, al igual que sucede con Twitter y Facebook. En caso de optar por un perfil privado, solo podrán ver nuestras publicaciones aquellos cuya amistad hayamos aceptado.

Todo lo relativo a privacidad podremos cambiarlo en «Opciones» y «Configuración», aunque hemos de tener en cuenta que la interfaz tendrá diferencias significativas si accedemos desde ordenadores o dispositivos móviles con distintos sistemas operativos.

También es posible configurar la red para que las publicaciones en las que se te haya etiquetado no aparezcan hasta que no lo apruebes manualmente, y ocultar aquellas en las que ya hayas sido etiquetado.

En lo que respecta a los comentarios, Instagram da la opción de gestionar los permisos, de forma que puedan comentar todos los usuarios de la red social, solo las personas a las que seguimos o nuestros seguidores. Tampoco hemos de olvidarnos de configurar como deseamos las opciones de Instagram Stories.

D. Google Plus y YouTube

Aunque tengamos a nuestra disposición diversas herramientas de Google solo teniendo una cuenta Gmail, cada una de ellas ha de ser configurada en base a sus opciones y características.

En Google Plus es necesario acceder al apartado «Configuración». Una vez en esa pantalla, podremos decidir quién nos envía notificaciones, quién puede comentar nuestras publicaciones, permitir la descarga o no de nuestras fotos y videos, salir en los resultados de búsquedas y compartir ubicación, entre otros.

Por otro lado, para acceder a las opciones de configuración de la cuenta de YouTube hemos de pinchar en la fotografía de perfil y entrar en el apartado *Ajustes>Privacidad*, en donde podremos escoger mantener todos los videos favoritos, listas y suscripciones como privados.

10.3 Riesgos de uso

Una correcta configuración de privacidad en las redes sociales evitará problemas de seguridad y minimizará los riesgos que asumimos con su utilización, los cuales existen, sobre todo, entre los más jóvenes. De tal modo, es necesario conocerlos para poder abordarlos en el supuesto de que surjan. Los más frecuentes son el acceso a contenidos inapropiados, el *grooming*, la sextorsión y el *ciberbullying*.

A. Grooming

A través del *grooming*, también conocido como «engaño pederasta», los adultos buscan obtener imágenes de contenido sexual, ganándose la confianza de los menores, entrando en contacto con ellos a través de los chats y redes sociales, y extorsionar posteriormente a sus víctimas.

B. Sextorsión

El sexteo o *sexting*, acrónimo de los términos *sex* y *texting*, se produce con el envío de mensajes de texto o imágenes de contenido erótico o sexual por medio de dispositivos móviles.

Estas imágenes pueden utilizarse para difundirlas en actos de *ciberbullying* o chantajear con ellas a quienes aparecen en las fotografías, de forma que se produce la sextorsión (*sextortion*). Quien recibe las imágenes puede llegar a chantajear a quien las ha enviado para que acceda a mantener relaciones sexuales o, en caso contrario, difundirlas en la Red.



El acceso a contenidos inapropiados que pueden encontrarse los menores en Internet es de carácter sexual, pornográfico y/o violento, así como todos aquellos que hacen referencia a bulos, falsedades y usos fraudulentos. La configuración del control parental tanto en los ordenadores como en las tabletas y teléfonos inteligentes es fundamental para filtrar su aparición cuando los más jóvenes navegan por la Red.

C. Ciberacoso

El ciberacoso es la discriminación u hostigamiento en línea, que se produce, entre otros, en las redes sociales. Es posible distinguir entre tres tipos de ciberacoso, en función de la edad de la víctima: ciberacoso, ciberacoso sexual y ciberacoso escolar.

CIBERACOSO
<p>Se produce entre adultos. Víctima y acosador son mayores de edad</p>
CIBERACOSO SEXUAL
<p>Se produce entre adultos La finalidad es sexual</p>
CIBERACOSO ESCOLAR (CIBERBULLYING)
<p>Acoso entre menores La víctima es menor de edad</p>

Tipos de ciberacoso

El ciberacoso escolar o *ciberbullying* se produce siempre que la víctima es menor de edad, por lo que en los casos en los que se trate de adultos habrá de hablarse de ciberacoso.

El *ciberbullying* incluye actuaciones como hostigamiento, insultos, amenazas, denigración, revelación y difusión de imágenes personales, que pueden haber sido conseguidas por *sexting*, exclusión social y grabaciones de agresiones con el móvil para ser emitidas en la Red (*Happy Slapping*).

Ante un caso de *ciberbullying* es necesario escuchar, acompañar y apoyar a la víctima. Ha de bloquearse al acosador y guardar los mensajes y comentarios almacenándolo en los dispositivos o haciendo capturas de pantallas para, en su caso, adoptar todas las medidas legales pertinentes. Es imprescindible estar atento a la actitud y cambios de comportamiento en los menores para detectarlo, así como una buena comunicación y diálogo para servir de apoyo a la víctima, a la que suele resultar muy difícil pedir ayudar.

LO QUE HEMOS APRENDIDO

- **La Web 2.0** se caracteriza por **un modelo colaborativo, multicanal y bidireccional**, a través del cual todos somos consumidores y creadores de contenido, dando lugar a la web social, en la que las relaciones y la interacción entre los usuarios han propiciado el nacimiento y proliferación de redes sociales, blogs, wikis, etc.
- Los principales **recursos de la web social** para utilizar en procesos educativos son los buscadores, los *podcast*, los blogs, las wikis, los marcadores sociales, las redes sociales, los foros y las plataformas virtuales.
- Las **redes sociales** son estructuras formadas por individuos que interactúan entre sí, por lo que pueden ser **analógicas o digitales**. Las digitales se desarrollan en un entorno virtual. Dentro de estas es posible crear comunidades virtuales de aprendizaje, cuyo fin es principalmente educativo.
- **Las comunidades virtuales de aprendizaje** propician el desarrollo de las habilidades digitales, la alfabetización digital, la creación y gestión de la identidad digital, el *lifelong learning*, la difusión de contenidos, el incremento de la motivación y la capacidad de adaptación de los alumnos, la flexibilidad de tareas, la búsqueda de información y la práctica de comunicación verbal y escrita.
- Las redes sociales pueden ser **redes horizontales, redes verticales y redes por contenido compartido**, según se trate de redes generalistas, especializadas o requieran la subida de determinados contenidos, respectivamente. Entre las redes sociales verticales destacan las profesionales, las educativas y las de ocio, mientras que entre las redes por contenido compartido es necesario diferenciar entre las de imágenes, las de videos y las de documentos.
- Las **redes de microblogging** son redes sociales generalistas caracterizadas por disponer de un espacio limitado de caracteres cuando el usuario redacta una entrada. El contenido importa más que las relaciones personales. **Twitter** es la red de *microblogging* preferida por los usuarios.
- Entre las **actividades de dinamización** en la enseñanza más frecuentes que pueden desarrollarse **a través de Twitter**, destacan su uso como diario de clase, organización de concursos, actividades de creación literaria, resúmenes, reseñas, comentarios, tareas de investigación, clubs de lectura, definiciones, desarrollo y/o seguimiento de temas o acontecimientos históricos, diarios de personaje, tormentas de ideas, encuestas, prácticas de aprendizaje de idiomas y como herramienta para compartir contenido.
- La red social horizontal más importante en España es **Facebook**. Como herramienta de dinamización educativa destaca su facilidad de uso y la posibilidad de crear **grupos abiertos, cerrados o secretos** para aislar a los alumnos del resto de la Red. Sus principales desventajas

residen en la cesión total de los derechos de autor sobre el contenido, la vigilancia continua de la privacidad y la distracción que puede provocar el uso de una red utilizada en la vida personal.

- **Instagram, Flickr y Pinterest** son las tres redes sociales por contenido compartido, con **fotografías e imágenes**, favoritas por los usuarios. Su uso para actividades de dinamización en la enseñanza se centra en el registro fotográfico de experimentos, salidas de campo, excursiones, diario escolar, etc., así como actividades de creación literaria, biblioteca, concursos, líneas de tiempo y álbumes sobre determinado asunto o materia.
- **YouTube** es la red social por contenido compartido más importante dedicada a los videos. Su recurso más potente para la enseñanza son los videos explicativos, lo documentales, las conferencias y los talleres *online*. Por su parte, entre las que comparten archivos de texto o documentos destaca **Slideshare**, útil para presentaciones, portafolios, exposición de trabajos y búsqueda de información.
- Las **redes sociales educativas** están creadas exclusivamente para la enseñanza y sus usuarios son miembros de la comunidad educativa. Entre todas ellas destacan **Edmodo y Educaplay**.
- Según la legislación española, **los mayores de 14 años pueden abrir una cuenta sin consentimiento paterno en una red social**, siempre y cuando esta permita el acceso a usuarios de tal edad. Los menores de 14 años han de contar con consentimiento expreso de los padres o tutores para inscribirse en las redes, lo especifiquen estas o no.
- Para seguir **unas buenas prácticas en las redes sociales y entornos virtuales** es necesaria la lectura de los términos y condiciones de uso, el establecimiento de contraseñas seguras, la configuración adecuada de la privacidad del perfil y, en su caso, del control parental, la selección del contenido que se comparte, la vigilancia del acceso a las aplicaciones y la desconexión de la webcam.
- Los **riesgos de uso de las redes sociales** más frecuentes son el acceso a contenidos inapropiados, el *grooming*, la sextorsión y el *ciberbullying*.