

2. Aclarando Términos: Medios de comunicación social, herramientas de seguimiento social y redes sociales

Como ya se ha tratado profusamente en la literatura, y hemos recogido en trabajos anteriores, la llamada Web 1.0 y Web 2.0 se diferencian principalmente en la gestión del contenido de la misma y el tipo de intervención que realiza la persona que accede. Entendemos que en la Web 2.0 el contenido lo puede gestionar tanto alguien que crea la web como los usuarios, a los que se abre la posibilidad de participar en la creación y organización de los contenidos de la misma, e incluso de compartir con otros dicha información y realizar intercambios respecto de ella. Es decir, de la 1.0 a la 2.0 pasamos de un modelo que prima la información transmitida (Naëve, 2005) a un modelo en el que prima la información compartida (Prendes y Castañeda, 2006).

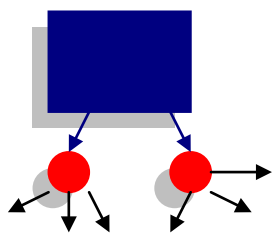


Fig 1. *Modelo de comunicación en la "Era de la información registrada"*: el registrador controla la información que distribuye entre determinados "elegidos" que a su vez distribuyen la información

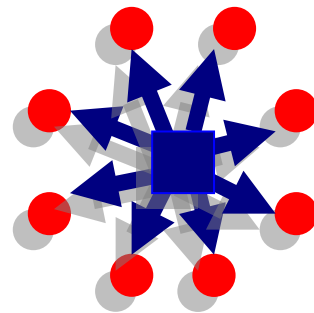


Fig 2. *Modelo de comunicación para la "Era de la información transmitida"*. Comunicación de masas. El usuario único nexo con la información al transmisor, que distribuye la información de la misma manera para todos los usuarios.

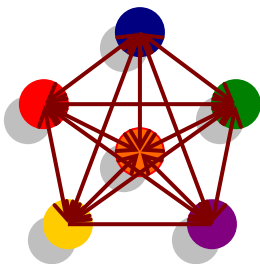


Fig. 3 *Modelo de comunicación para la Era de la información compartida*. Cada usuario decide lo que quiere, la dirección en la que se mueve la información, participa y tiene como fuente de información a su comunidad

Evolución de los Modelos de Comunicación (Prendes y Castañeda, 2006)

Y es en ese contexto cuando, la proliferación de las herramientas de fácil publicación y construcción colectiva de significados –las enmarcadas dentro del gran paraguas conocido como la *Web 2.0*- y las herramientas de intercambio –el llamado *Software Social*-, ha permitido a las personas decidir otras vías para reflexionar sobre su propio proceso de acceso a la información, sobre su modelo de construcción del conocimiento, para conocer información de otros y aproximarse a la información ya

“manufacturada” por otros, y para compartir incluso su proceso de construcción del conocimiento con otros (Adell, 2004, Castañeda, 2007).

Así pues, desde que en 2002 empezaran a aparecer herramientas que nos permitían establecer contacto constante y permanente con otros usuarios en la red e intercambiar información de una forma extremadamente sencilla, la proliferación de herramientas ha sido un reflejo de la evolución tecnológica en la que nos encontramos: intensa, acelerada y, en muchos casos, caótica e impredecible.

Tal proliferación de herramientas ha traído consigo una situación de incertidumbre conceptual que en muchos casos dificulta el análisis de las mismas. En otras palabras, las herramientas han ido evolucionando de forma tan rápida, casi en paralelo y con desarrollos tan cercanos unos a otros, que, en ocasiones, es difícil distinguir qué es una cosa y qué es otra; lo que además, en algunos casos, complica extraordinariamente que creemos elementos de análisis que sean útiles a la hora de trabajar con ellas o que sistematicemos siquiera los elementos que les son propios para ayudarnos a ordenar nuestra práctica.

En este marco los términos redes telemáticas, redes sociales, software social, medios de comunicación social en red, y un largo etcétera, han ido apareciendo y utilizándose de forma indiscriminada para denominar a una enorme cantidad de herramientas. Bien es cierto que la cotidianidad del uso de estas herramientas no hace imprescindible su análisis sistemático desde el punto de vista teórico (en algunos casos es difícil justificar que sea incluso necesario), pero es verdad también que cuando queremos afrontar dicho uso en contextos concretos -en este caso el contexto educativo- cobra importancia el hecho de saber exactamente de qué estamos hablando y a qué características responde en términos sociales, para una vez con ello abordar en profundidad en los capítulos siguientes su evolución histórica, o sus características técnicas, educativas o didácticas.

Por todo ello creemos interesante empezar este libro con una clarificación de términos que nos permita saber de qué hablaremos en el resto del libro cuando nos refiramos a *Red Social* y que lo diferencia de otras herramientas y aplicaciones cercanas.

Para ello entendemos que, a la hora de hablar de *redes sociales* y una vez que hemos dicho qué entendemos con dicho término, debemos hacer una distinción entre tres tipos de herramientas en internet que tienen como elemento subyacente (o emergente, según se mire), las redes de personas.

- Los Medios de Comunicación Social¹ (Social Media)
- Los Medios de Seguimiento de la Actividad en Red (Lifestreaming)
- Las Redes Sociales (Social Networking Sites)

Como hemos dicho anteriormente, a todas estas herramientas subyace una red de personas, pero la diferencia básica entre estos tres tipos de herramienta que distinguimos aquí decimos que radica en el *objeto* que cohesionan la red.

Veamos.

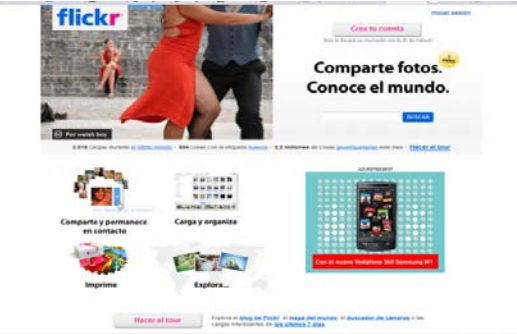
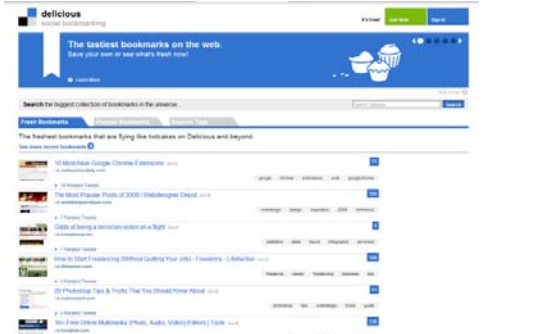



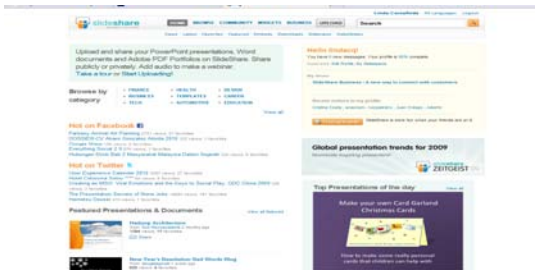
¹ Somos conscientes de la arbitrariedad de los nombres y de el hecho de que son castellanizaciones imprecisas de términos en inglés, pero hemos intentado no apartarnos mucho de las tendencias más habituales al denominarlas, con el fin de no confundir más al lector en esta marea incesante de terminología.

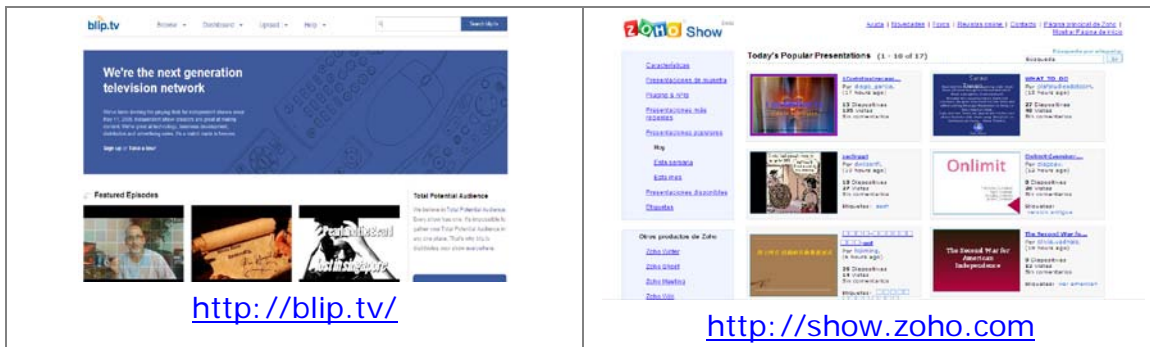
2.1. Medios de Comunicación Social: Herramientas que unen a través de elementos publicados

Como **medios de comunicación social** (en inglés *Social Media*) distinguimos a las herramientas más tradicionales -y a algunas de las más antiguas- de la llamada Web 2.0; aquellas que tienen como objetivo que sus usuarios publiquen y compartan un determinado elemento de comunicación concreto y que se estructuran en torno a esos elementos.

Se trata, habitualmente, de sitios de publicación sencilla en los que una persona, con un usuario y una contraseña, dispone, habitualmente de manera gratuita, de un espacio web para publicar elementos de diferente tipo: imagen fija, audio, video, presentaciones visuales, etc.

Ejemplos paradigmáticos de estas herramientas son:

<p style="text-align: center;">Imagen Fija: FLICKR</p>  <p style="text-align: center;">www.flickr.com</p>	<p style="text-align: center;">Marcadores Sociales: DELICIOUS</p>  <p style="text-align: center;">www.delicious.com</p>
<p style="text-align: center;">Otras como: Picassa, Fotolog</p>  <p style="text-align: center;">www.fotolog.com</p>	<p style="text-align: center;">Otras como: Mr Wong, Scuttle</p>  <p style="text-align: center;">www.mister-wong.es</p>
<p style="text-align: center;">Video: YOUTUBE</p>  <p style="text-align: center;">www.youtube.com</p>	<p style="text-align: center;">Presentaciones visuales: Slideshare</p>  <p style="text-align: center;">www.slideshare.net</p>
<p>Otras como: Vimeo, Blip.tv,</p>	<p>Otras como: Scribd, Zoho, My Plick</p>



En casi todos estos casos, además de la posibilidad de publicar sus elementos, el usuario elabora un perfil asociado a los mismos en el que ofrece más o menos datos de sí mismo según el caso, y tiene la posibilidad de, a través de ese perfil, contactar con otros como él que tienen una inquietud concreta en torno a dichos elementos y que entiende que se conectan con los suyos (afinidad personal, temática, temporal, etc.).

En este tipo de servicios o aplicaciones podemos decir que se configuran:

Redes de personas en donde la relación de los individuos gira en torno a los elementos que son compartidos (mis fotos, mis vídeos, mis marcadores, etc.), y donde el hecho de compartir un determinado elemento supone un gran aliciente para el individuo y le anima a contactar con otros individuos a través de redes sociales subyacentes (hacerse contacto en flickr o amigo en blip). Sin embargo, en este caso lo que realmente te interesa, es EL OBJETO que el otro comparte.

En el caso de estas herramientas creemos que el tratamiento que de ellas se ha hecho en la literatura es bastante extenso y, aunque creemos que se siguen haciendo exploraciones tremendamente interesantes de las mismas, no es nuestro interés trabajar sobre ellas en el presente libro.

2.2. Redes de Seguimiento de Actividad online: herramientas que unen a través del flujo vital en Internet

Las herramientas de **Seguimiento de Actividad en Red** (más conocidas por el término *Lifestreaming*) son habitualmente herramientas de sindicación de contenidos (casi siempre a través de RSS) que tienen como particularidad que no se organizan en torno a los sitios web a los que se suscriben, sino a la actividad en red que genera una persona en todos sus sitios en red.

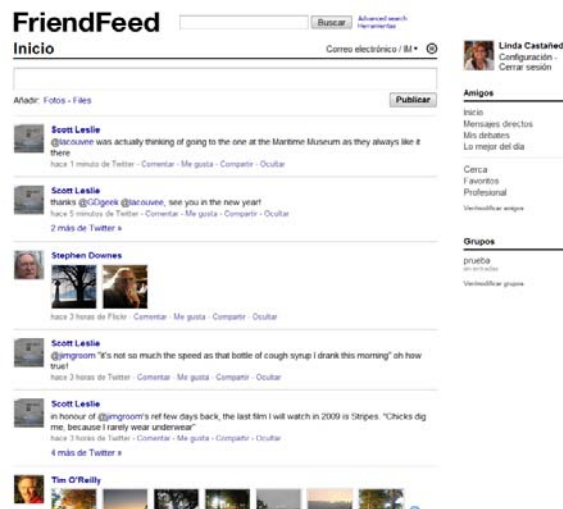
Es decir, en dichos servicios un usuario se da de alta e incluye en su perfil todos aquellos sitios en donde publica información en la red en los formatos que quiera: su(s) blog(s), su sitio de fotos, su sitio de marcadores sociales, su usuario en el servicio de videos, su podcast, su(s) red(es) social(es) etc., y cada uno de estos servicios se agrega a una línea de tiempo que se actualiza, prácticamente en tiempo real.

La red surge cuando los diferentes usuarios se "suscriben" o conectan a los perfiles de otros y la actividad de esos nuevos contactos se agrega

automáticamente a la línea de tiempo que sigue actualizándose. Al final lo que obtiene el usuario es una línea de tiempo en la que observa –con más o menos detalle- qué hacen sus contactos en la red: qué escriben en el blog, qué sitios web marcan o consideran favoritos, qué fotos o vídeos han agregado a su página, si actualizaciones en su podcast, etc.

Como hemos dicho antes, en este caso la red que se forma se basa en la conexión de personas, pero lo que nos interesa de ellas es qué hacen en la red.

Seguramente, en la actualidad, la más utilizada de estas herramientas es *friendfeed* (www.friendfeed.com).

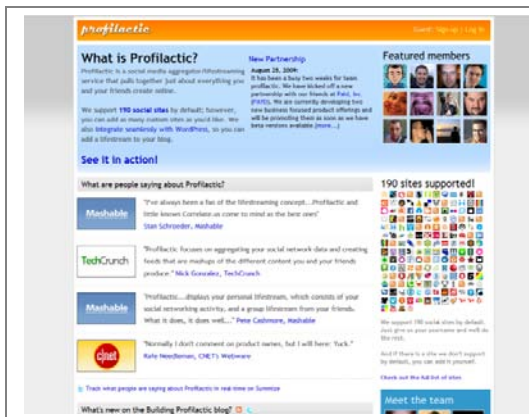


Línea de tiempo de usuario en FriendFeed

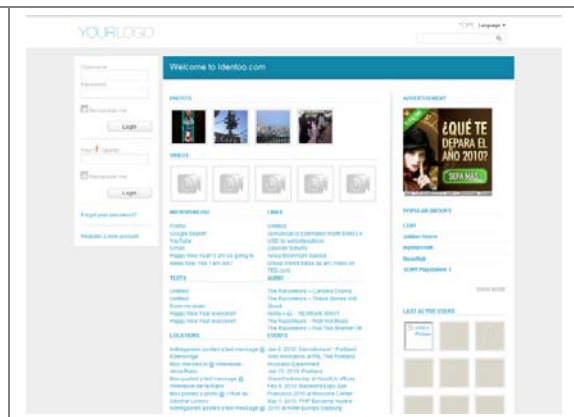
Se trata de un servicio web con el que los usuarios pueden suscribirse a las líneas de tiempo del lifestream de otros. Además, a cada una de las entradas en esa línea de tiempo comunitaria, los suscriptores pueden agregar comentarios, y valoraciones (me gusta o no me gusta) que se van añadiendo a la entrada en cuestión.

Es totalmente simétrico, es decir, las entradas de cada uno de los usuarios a los que se está suscrito aparecen en la línea de tiempo automáticamente y de la misma forma, *no hay jerarquías* entre usuarios. Además, cuando un usuario se suscribe al lifestream de otro, éste último recibe una notificación vía correo electrónico y, en caso de que considere al nuevo suscriptor indeseable o sospechoso, puede bloquear dicha suscripción; sin embargo, no es preceptivo ni necesario, ni siquiera se considera deseable o cortés, que se suscriba al lifestream del otro, es decir, *no es recíproco*, entendiendo con esto que, si bien para un usuario concreto la actividad de otro pueda ser de un interés extraordinario (por su especial relevancia en un campo por ejemplo), éste último no encuentre especialmente interesante conocer la actividad en red de su suscriptor.

Existen otros servicios web de características similares, de los que creemos interesante nombrar:



<http://proflactic.com>



<http://identoo.com>



<http://www.jaiku.com/>

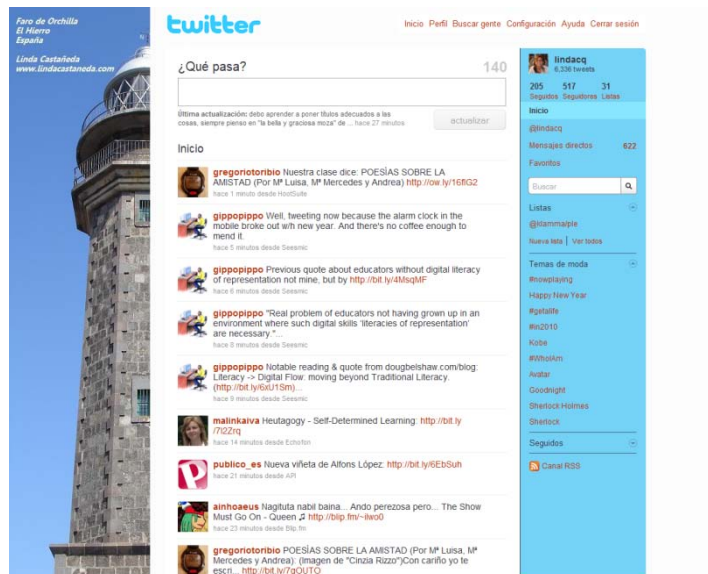


<http://cliqset.com/>

Además, herramientas y plugins para insertar en plataformas concretas o asociadas a servicios concretos de manera que permitan a los usuarios seguir la actividad de los otros en la red, es el caso de Noserub (<http://noserub.com/>), Magnetism (<http://code.google.com/p/magnetism/>), Storytlr (<http://code.google.com/p/storytlr/>), los llamados "plugins sociales" desarrollados para wordpress, o los módulos de lifestream de entornos virtuales de enseñanza aprendizaje como SAKAI.

Hasta aquí creemos que puede que la división sea más o menos clara.

Sin embargo consideramos que hay, al menos, una herramienta en red que encajaría con el perfil de Medio de Comunicación Social y de Red de seguimiento de actividad online a la vez. Se trata del Twitter (www.twitter.com) y otros servicios que han dado en llamarse de "microblogging" (Plurk, Identica, entre otros) y que han revolucionado en el último año (2009) la forma en la que se comunican y por la que se relacionan muchos grupos en la red.



Línea de tiempo de usuario de twitter

No creemos que se trate de herramientas de “microblogging” en sentido estricto que sugiere un blog reducido; existen otras herramientas que permiten la publicación de contenidos en orden cronológico, como los blogs, pero que pretenden facilitar la publicación del mismo y hacerlo de forma mucho más corta (el caso de Tumblr o Posterous por ejemplo), pero mantienen el formato y la organización de dicha información en una página propia (como los medios de comunicación social tradicional).

No obstante, en el caso de twitter y otras herramientas similares (identi.ca plurk), se trata de herramientas que permiten una publicación de objetos, como en el caso de los medios de comunicación social, en este caso mensajes de “estado” de en torno a los 140 caracteres y que exponen dichos mensajes en una línea de tiempo. A la línea de tiempo de sus mensajes, el usuario puede agregar las líneas de otros usuarios a los que sigue (followings) y otros a su vez pueden agregarle a él a sus líneas de tiempo (followers) y estas líneas de tiempo se actualizan prácticamente a tiempo real.

Desde este punto de vista, estas herramientas se asemejan mucho más a las herramientas de seguimiento de la actividad en red que a los medios de comunicación social, puesto que la red que configura el usuario tiene como base lo que el otro dice que hace o dice, en últimas su actividad (aunque se materialice en los mensajes que publica). Además, comparte con dichas herramientas la simetría de los usuarios en la red y la no reciprocidad de los seguimientos y de la red en sí misma.

Tanto en el caso de las herramientas de seguimiento de la actividad en red, como de estas últimas como el twitter, se trata de:

Redes de personas que comparten aquello que atrae SU ATENCIÓN Y SU ACTIVIDAD. En los nodos de estas redes subyacen LOS ENTUSIASMOS de los otros y sirven, a los que las usan, a modo de filtro humano de lo que pasa en la red y fuera de ella, pues nos proporciona la visión de dichos acontecimientos (lecturas, eventos, noticias, novedades, etc.) a través de los ojos (cómo lo ven) y las manos (qué hacen con ello) de quienes nos interesan y las cuentan o las documentan.

En el caso de estas herramientas por su parte, a la fecha de la edición de este libro estamos aún en proceso de descubrimiento temprano de las posibilidades de las mismas, especialmente en el ámbito de la educación formal (el impacto de las mismas en la educación no-formal e informal como soporte por ejemplo de líneas de discusión paralelas en situaciones presenciales de aprendizaje ha sido más estudiado), y por ello no queremos tampoco centrar nuestro interés en las mismas.

3. Las Redes Sociales:

Las Redes Sociales (en inglés, *Social Networking Sites*) son, básicamente, herramientas telemáticas que permiten a un usuario crear un perfil de datos sobre sí mismo en la red y compartirlo con otros usuarios. Dicho perfil puede ser más o menos complejo, básicamente en función de la red que estemos usando y, como hemos dicho más arriba, tienen como objetivo conectar sucesivamente a los propietarios de dichos perfiles a través de categorías, grupos, etiquetados personales, etc., ligados a su propia persona o perfil profesional.

A pesar de que, como ya hemos dicho e insistiremos en el capítulo siguiente, fue en 2002 cuando este tipo de herramientas hicieron su aparición en la Internet, lo cierto es que la función que vienen a cumplir es algo que ha existido desde siempre.

Tener una red de conocidos, lo que en presencial ya llamamos Networking (o como diría algún compañero: "amiguismo") que te permita acceder a otros puntos de vista o a diferentes posiciones de influencia, es algo que siempre se ha considerado valioso a la hora de plantearse alguna de estas cuestiones relacionadas con la supervivencia, y suele ser un plus para cualquiera que se proponga enriquecer, cambiar o simplemente encontrar una oportunidad.

Pues bien, herramientas que nos ofertan un marco de relación social o laboral en la red en un entorno "cerrado" y nos permiten hacer Networking de manera más dinámica y en el mundo global que ya nos oferta la red, han dado una dimensión global a ese Networking, haciendo mucho más plausible la teoría de los 6 grados de separación (de la que hablaremos en el capítulo siguiente "El mundo enredado: Evolución e historia de las redes sociales" firmado por Castñeda y Sánchez). Con estas herramientas se trata de hacer que esa teoría, actúe como ampliador de nuestras propias posibilidades, combinando a todos nuestros contactos potenciales –que virtualmente son todas las personas del mundo- para que nos sean de utilidad.

La base de estas herramientas es

Una red de personas donde lo más importante es la red en sí misma, las características de las personas con las que te conectas en esa red y aquello que aporta a tu red de contactos el perfil de ella.

Así, en este grupo de herramientas incluimos algunas de las más influyentes de los últimos tiempos especialmente a las pertenecientes al abanico que

más han cambiado la forma en la que se conectan, sobre todo, los más jóvenes en nuestros días, eso incluye, entre otras, a:



Todas estas herramientas, como ya hemos comentado anteriormente, funcionan en base a perfiles creados por el propio usuario. En la gran mayoría (Facebook, Hi5, Xing...) se accede de manera libre entrando en la página principal de cada una de ellas y creando una cuenta gratuita. Otras plataformas de red social requieren de una invitación para poder crearse una cuenta en ellas, como es el caso del Tuenti en la que cada usuario dispone de 10 invitaciones para compartir con sus conocidos, mejorando de ese modo (según sus creadores) la privacidad de sus miembros y la reducción de perfiles falsos ya que se entiende que cada miembro de Tuenti repartirá sus invitaciones entre sus conocidos. A pesar de lo anterior, en la red existen páginas dedicadas al reparto de invitaciones (tuentiinvitaciones.net) haciendo posible que cualquier persona que se quiera crear una cuenta (o más de una) pueda tener la posibilidad de acceder sin problema alguno. Por otra parte en algunas redes sociales como por ejemplo en Xing se da la posibilidad de acceder a una versión "Premium" de pago en la que se ofrecen al usuario una serie de beneficios extra.

Una vez que entramos a formar parte de una red social (sea mediante registro libre o por invitación), el paso siguiente es comenzar a formar nuestra propia red de contactos.

Todas las herramientas de red social disponen de mecanismos para la búsqueda de personas, mecanismos que en la mayoría de los casos

incorporan opciones de búsqueda avanzada que permiten encontrar a personas ya sea por el nombre, por la edad, por el centro de estudios, por la ciudad, etc. Una vez que encontramos a las personas que queremos que formen parte de nuestra red es necesario (en la gran mayoría de estas herramientas) enviar una solicitud de amistad. El vínculo entre los dos usuarios no se producirá hasta que no se acepte la solicitud de amistad. Es decir, en las herramientas de redes sociales, al contrario de lo que ocurre por ejemplo con las herramientas de seguimiento en red, es necesaria la reciprocidad entre los diferentes puntos que la forman.

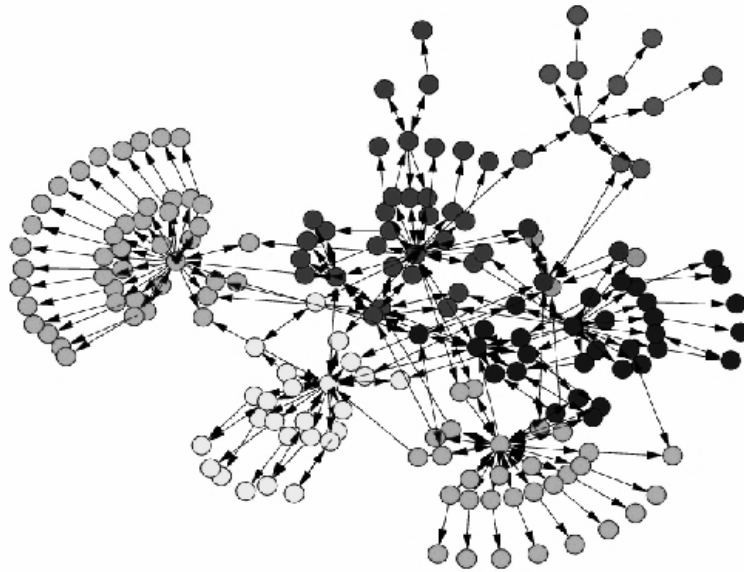
Además de los motores de búsqueda, la mayoría de las herramientas de red social permiten a sus usuarios enviar un correo electrónico a sus contactos de mensajería instantánea para que entren a formar parte de la plataforma de red social en cuestión y de ese modo puedan ampliar su red personal de contactos.

Pero sin duda lo que hace que las redes tengan el impacto social que están teniendo en el mundo y que hayan impactado también de lleno en la educación en el sentido más amplio de la palabra, no es lo que SON las redes, sino lo que PASA en ellas. Y lo primero que pasa en ellas es que las redes sociales conectan personas. No en vano

El objetivo principal de una herramienta de red social es conectar sucesivamente a los usuarios que forman parte de esa red.
--

Veámoslo con un poco de detenimiento. Si bien, a simple vista las redes sociales ofrecen al usuario un amplio abanico de posibilidades en términos de herramientas de publicación y comunicación incluidas, entre las que podemos destacar: publicar fotos, enviar mensajes, hacer comentarios, editar nuestro perfil, comunicarnos de diferentes maneras y en diferentes tiempos, dichas herramientas pueden velar el objeto real de estas herramientas, es decir, la posibilidad para sus usuarios de crear una red de contactos que vaya creciendo de manera exponencial, o dicho de otra manera, que permita que cada vez que haga un nuevo contacto dentro de la red tenga el acceso y la posibilidad de conectar con todos los contactos que éste nuevo enlace tiene.

Eso significa que tenemos en nuestras manos la enorme potencialidad de multiplicar exponencialmente nuestros contactos cada vez que abrimos una nueva puerta al perfil de un conocido, con todas las ventajas que dichas conexiones tienen para nuestro día a día en términos de trabajo, empleabilidad, colaboración, ocio, amistad, etc. De hecho, a pesar de que en la mayoría de estas herramientas es necesaria la reciprocidad entre los miembros de la red, la posibilidad de acceder a los perfiles de los diferentes usuarios por muy diversas vías facilita el establecimiento de conexiones y por tanto el crecimiento de nuestra red con todas la ventajas que eso nos proporciona como usuarios.



Grafo de una red social

Además de poder ver todos los contactos de los perfiles con los que nosotros estamos conectados, las herramientas de red social articulan una serie de mecanismos cuya finalidad es posibilitar la expansión de nuestra red, entre los que podemos destacar:

- Herramientas de búsqueda: para buscar personas, grupos...incluso alguna herramienta de red social da la opción a sus usuarios de buscar a las personas por su correo electrónico por si la persona que se desea encontrar tiene otro nombre diferente del real en su perfil de la red social.
- Sugerencias de contactos: algunas herramientas de red social ofrecen a sus usuarios continuamente información sobre diferentes personas a las que es posible que se conozca en función de diferentes aspectos (estudiar en la misma universidad, tener muchos contactos en común, compartir afinidades musicales...)
- Importadores de contactos: que permiten buscar a contactos de nuestras herramientas de mensajería instantánea, de correo electrónico...
- Envío de invitaciones: es posible enviar invitaciones o bien para que determinados usuarios se hagan un perfil en la red social de la que formamos parte o para informar a nuestros conocidos de que formamos parte de una determinada red.

Además de estos mecanismos de crecimiento de las redes sociales que son evidentes, existen otras formas para poder acceder a los usuarios de la red que a priori no son tan evidentes, como por ejemplo: las etiquetas de las fotos, comentarios en grupos o páginas, invitaciones a eventos, etc.. En definitiva, todas las posibilidades que nos ofrecen las redes sociales van a estar siempre orientadas a facilitar el crecimiento y la ampliación de la red de contactos.

De hecho, a pesar de que las redes sociales también permiten establecer diferentes mecanismos de privacidad para evitar "ser encontrados" en ellas, es importante no perder de vista, que una red social por su propia naturaleza siempre va a tender a expandirse y seguir conectando puntos

(por muchas limitaciones que intentemos establecer). Al formar parte de una red social nos estamos conectando con el mundo, lo cual supone una increíble serie de ventajas desde muy diversos puntos de vista, pero también es interesante tenerlo en cuenta a la hora de publicar información por todas las implicaciones que esto tiene desde el punto de vista de la privacidad y la seguridad.



Tipos de herramientas en red a las que subyace una red de personas.
Resumen.

3.1. Tipos de Redes Sociales en relación con el uso que se hace de ellas

Pero hemos dicho que lo más importante en las redes sociales no es lo que SON sino lo que PASA en ellas. Pues bien, los usos que se hacen de las redes sociales por parte de los usuarios son muy variados, desde retomar contacto con antiguas amistades, a comunicarse con conocidos, publicar y comentar fotos, crear y mantener comunidades profesionales.

De manera general, podemos establecer dos grandes grupos de redes sociales en función de la finalidad principal para el que han sido creadas y que no tiene que coincidir necesariamente con el uso real que le dan los usuarios, estos dos tipos de redes son: **redes sociales profesionales y redes sociales generalistas.**

Las **redes sociales profesionales** se caracterizan además porque han sido creadas específicamente para poner en contacto a profesionales de todos los ámbitos laborales facilitando de ese modo a los usuarios la creación y el mantenimiento de una red de contactos desde el punto de vista laboral. Dentro de este grupo encontramos plataformas como Xing, LinkedIn, Neurona, que ofrecen al usuario la posibilidad de crear un perfil centrado en aspectos laborales y académicos.

The image shows a professional profile on XING. The profile is organized into several sections:


- Información profesional:** Includes 'Contactos (1)', 'Página personal', 'Libro de visitas', and 'Aplicaciones'.
- Información personal:**
 - Busco:** Colaboradores (Edit)
 - Otínezco:** Seriedad en el trabajo, facilidad para la colaboración y el trabajo en equipo, responsabilidad, eficacia (Edit)
 - Intereses:** Me gusta el deporte, la cocina, la lectura (Edit)
 - Organizaciones:** Universidad de Murcia Asociación de Pedagogos de la Región de Murcia (Edit)
- Experiencia profesional:**
 - hasta hoy:** Recana de Investigación (Propietario, Ejecutivo (VP, SVP, etc)) Universidad de Murcia Sector: Enseñanza superior (Edit). Includes links for 'Indicar tamaño de la empresa' and 'Añadir más info'.
 - Situación profesional:** Empresaria (Edit)
- Recomendaciones y méritos:**
 - Referencias:** NUEVO Consultar y gestionar referencias
 - Archivos adjuntos:** Los usuarios Premium pueden adjuntar archivos (p. ej. certificados o muestras de su trabajo) en sus perfiles.
 - Premios:** Todavía no has indicado ningún premio (Edit)
- Formación:**
 - Universidad:** + incluir otra entrada
 - Islas Baleares, 09/2007 - 09/2008 Tecnología Educativa: e-learning y gestión del conocimiento, Máster (Edit)
 - Universidad de Murcia, 09/2002 - 07/2007 Pedagogía, Licenciada (Edit)
 - Cualificaciones:** Todavía no has indicado ninguna de tus cualificaciones (Edit)
 - Idiomas:** español (Edit)
- Web:**
 - Otros perfiles en Internet:**
 - Twitter: http://www.twitter.com (Edit)
 - Facebook: http://www.facebook.com (Edit)
- Información de contacto:**
 - Los datos que llevan el distintivo son privados. Únicamente tú decides a quién permites ver estos datos. XING jamás se los facilitará a nadie.
 - Profesional:** Universidad de Murcia, 30100 Murcia, España (Murcia) (Edit)

Datos del perfil personal en la red social Xing

Aunque no es el objeto de este capítulo centrarse en el análisis de las plataformas de redes social (que se tratará en el capítulo de “Redes sociales: la madeja tecnificada” firmado por Crespo y García), sí que nos gustaría destacar, tal y como se puede comprobar en la imagen anterior, que en este tipo de redes más centradas en aspectos profesionales la información que los usuarios deben aportar se basa en aspectos laborales tales como: que ofrecen para un trabajo, que buscan en un trabajo, la experiencia profesional, la formación recibida, incluso algunas de estas redes dan la opción de incluir recomendaciones laborales y de llevar a cabo búsquedas activas de empleo ya que incluyen una zona con ofertas laborales.

Por otra parte encontramos otro gran grupo de redes sociales, que podríamos catalogar como **generalistas o de contacto**, en las que la finalidad principal para la que han sido creadas precisamente es la de poner en contacto y facilitar la comunicación entre diferentes personas. El uso de estas redes está más relacionado con el ocio y con aspectos personales. Dentro de este grupo de redes encontramos plataformas como Facebook, Tuenti, Orkut, Hi5, Badoo, entre otras, que ofrecen al usuario la posibilidad de establecer una red de contactos personal en la que entran a formar parte todos los contactos que el propio usuario solicite y/o acepte tras recibir una solicitud de amistad. Como se puede comprobar en la siguiente imagen, los datos que el usuario puede facilitar en este tipo de redes tienen un carácter más personal (música favorita, programas de televisión favoritos, libros, citas, etc.). Además también se pueden facilitar datos académicos, profesionales, de contacto, zonas de ocio, de manera que la propia plataforma te facilita la puesta en contacto con usuarios con los que se pueden tener aspectos en común y a los que es posible que se conozca.

Muro Información Fotos Cuadros RockYou Live Music >> +

 Editar información

Información básica

Redes: Estudiante de posgrado en Universitat Rovira I Virgili, 2009
Ex alumno(a) de Universidad de Murcia

Fecha de nacimiento: 06 de septiembre de 1984

Ciudad de origen: Lorca, Spain

Información personal

Música favorita: La Fuga, Extremoduro, Fito y Fitpladis, Despistaos, Elefantes, Calamaro, Sabina, Alejandro Sanz, Miguel Bose.

Programas de televisión favoritos: Indudablemente: FRIENDS!!!!

Películas favoritas: Todo sobre mi madre
Mi vida sin mi
La vida es Bella

Libros favoritos: El principito
Los renglones torcidos de Dios
El niño del pijama de rallas
Milenium I, II y III

Citas favoritas: "no sois en absoluto parecidas a mi rosa; no sois nada aún-les dijo-.Nadie os ha domesticado y no habeis domesticado a nadie. Sois como mi zorro. No era más que un zorro semejante a cien mil zorros..pero yo lo hice mi AMIGO y ahora es único en el mundo"

Información de contacto

Dirección de correo electrónico: isabelgp@um.es

Teléfono: 868883602

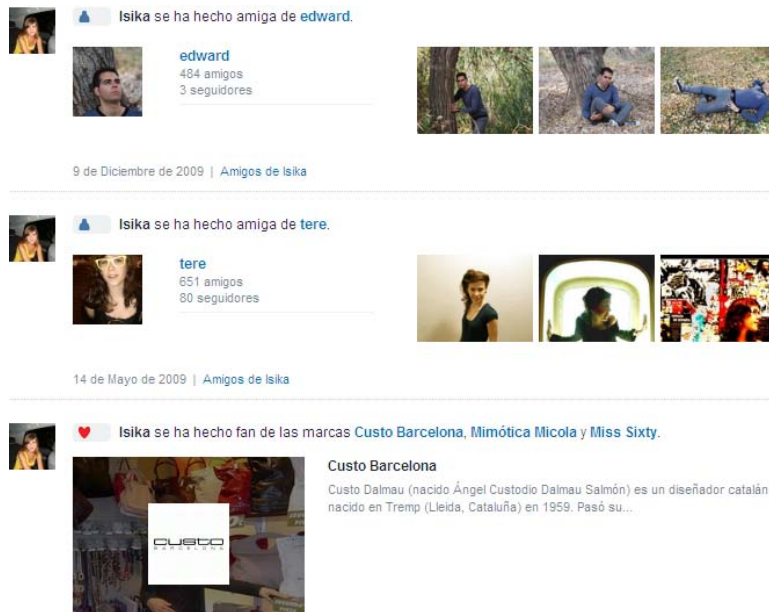
Windows Live: isika_pedagoga@hotmail.com

Sitio web: <http://www.um.es/gite>

Datos del perfil personal en la red social Facebook

Por último es importante destacar que en este tipo de redes sociales, puesto que la información que se comparte tiene un carácter personal (fotos, comentarios, datos personales), la red de contactos que se establece suele ser parecida o igual a la red de contactos que se tienen de manera presencial. Es importante y deseable si atendemos a aspectos de privacidad y seguridad (aspectos que se trataran con más detenimiento en otro capítulo) que exista entre los miembros de estas redes cierto conocimiento previo. Como ya hemos comentado en estas redes es necesario aceptar o permitir el acceso del contacto a nuestro perfil por lo que los contactos que aceptamos o solicitamos suelen o deben ser conocidos previamente.

Además de los dos grandes grupos anteriores, podemos establecer un tercer grupo en el que entrarían a formar parte **redes sociales especializadas** en diferentes ámbitos. Dentro de este grupo podemos encontrar plataformas como por ejemplo MySpace en la música o Trendtation en la moda, que permiten al usuario establecer una red de contactos en base a intereses concretos. La información principal que solicitan estas redes se centra en los aspectos específicos de cada una, por ejemplo en MySpace se solicita información sobre los grupos favoritos, se facilita la publicación de música propia para el lanzamiento de grupos...en Trendadttition, como podemos ver en la imagen siguiente, se facilita información sobre las marcas de moda preferidas, se permite la publicación de "looks" personales. La red de contactos personal de cada usuario se va creando y ampliando en función de los gustos o afinidades concretas de cada persona.



Red social Trendtation

Es importante destacar, que aunque podamos agrupar las redes sociales en función del objetivo principal de cada una, los usos que cada miembro hacen de éstas no tienen por qué coincidir con la finalidad para la que han sido creadas. Un usuario de una red social más centrada en aspectos profesionales puede establecer dentro de estas plataformas una red de contactos que no tiene que estar necesariamente vinculada por motivos laborales y que puede tener perfectamente un carácter personal o de entretenimiento. De igual modo un usuario de cualquier red social, sea cual sea el objetivo principal de ésta, puede establecer redes de contactos con perspectivas profesionales y/o laborales sin que tenga que formar parte necesariamente de una red social más profesional.

Independientemente de que las posibilidades tecnológicas de cada herramienta de red social nos orienten hacia la creación de un tipo de red (general, específico, profesional, laboral...), el punto clave radica en los usos y la finalidad con la que cada usuario establezca sus redes de contactos personales. Las redes sociales las hacen las personas que las forman y el tipo de conexión y contacto que establezcan va a depender de los intereses y necesidades personales más que de los aspectos tecnológicos que configuran las herramientas.

A modo de resumen, podemos destacar de este apartado

- Las redes sociales funcionan en base a perfiles personales creados por el propio usuario.
- Para que se establezca la red de contactos es necesaria la reciprocidad entre éstos.
- Podemos hablar de redes sociales profesionales, redes sociales generalistas y redes sociales específicas.
- En las redes sociales generalistas la red de contactos es semejante o igual a la red de contactos presencial.
- Independientemente de los objetivos de una u otra plataforma de red social, las redes las configuran las personas en base a sus necesidades e intereses.

3.2. Jóvenes en las Redes Sociales

A mayores de los usos que se hacen de las redes sociales, si hay algo evidente es que las redes sociales se han convertido en el espacio de interacción social preferido entre los más jóvenes, y que además de para divertirse, comunicarse, jugar, cotillear, en resumen, vivir y estar, suponen un espacio privilegiado de aprendizaje y conocimiento que es interesante tener en cuenta dentro del ámbito educativo.

Para ello partimos de algunos datos estadísticos, que, si bien serán contextualizados y abordados más profusamente en el capítulo siguiente del presente libro, nos permiten situarnos someramente en esta realidad.

Los jóvenes son los principales usuarios de las redes sociales en nuestro país. Según datos del Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, a principios de 2009 el 69% de los usuarios de redes sociales en España correspondía a la franja de edad de los 15 a los 34 años. Concretamente un 36,5% se corresponde con la franja de edad de los 15 a los 24 años y el 32,5% entre los 25 y 34 años. Además, según el informe "La generación interactiva en España: niños y adolescentes ante las pantallas", que analiza entre otras cosas los usos principales que hacen los niños y los adolescentes (6 a 18 años) ante las diferentes pantallas (televisión, ordenador, videojuegos, móvil...), un 71% de los jóvenes españoles (14-17 años) se encuentra en alguna red social, alcanzando un 85% en el caso de los jóvenes de 17 años.

Seguramente esta situación se debe a las posibilidades intrínsecas de las herramientas de redes sociales. Es decir, sabemos que los adolescentes utilizan principalmente las pantallas para comunicarse (Messenger, email, SMS, chat), conocer (visitar web, descargar contenidos...), compartir (fotos, videos, redes sociales...), divertirse (juegos en red, radio y TV digital) y consumir (compras online). Estas cinco acciones principales, que los niños y adolescentes llevan a cabo mediante diferentes herramientas telemáticas, pueden realizarse todas a la vez con una sola herramienta: Las redes sociales.

Las herramientas de red social permiten a los adolescentes desarrollar en un mismo espacio las acciones principales que realizan con frecuencia mediante diferentes herramientas.

Como hemos dicho antes, formando parte de una red social es posible comunicarse (chat, comentarios, mensajes privados), conocer (publicar y consultar información, enlaces a páginas web), compartir (fotos, videos, archivos, enlaces), divertirse (aplicaciones juegos...) y consumir (publicidad, enlaces a compras online...).

Una vez que sabemos que nuestros jóvenes utilizan las redes sociales, cabe preguntarse cuáles son los usos principales que hacen de éstas. Como hemos dicho las acciones que los jóvenes llevan a cabo en las redes sociales son variadas, si bien sabemos, partiendo de los datos del Instituto de Tecnologías de la Comunicación, que la acción que más se lleva a cabo es la de compartir o subir fotos (70%), seguida del envío de mensajes privados (62%), comentar fotos de amigos es también una de las acciones más realizadas (55%) y etiquetar a gente en las fotos (35%). Otras acciones que también se llevan a cabo en las redes sociales aunque con menor

frecuencia son: buscar información de interés (25%), descargar aplicaciones (19,3%), descargar juegos (9,5%) y buscar empleo (8,5%).

3.3. Tres formas de mirar las redes sociales en la educación.

Siendo el objeto principal de esta obra, no quisiéramos dejar de hacer algunos apuntes en este primer capítulo. Creemos que a la hora de hablar de las redes sociales en relación con la educación es necesario hacerlo desde al menos tres perspectivas educativas complementarias:

- Aprender con redes sociales
- Aprender a través de redes sociales
- Aprender a vivir en un mundo de redes sociales.

Veamos con más detenimiento cada una de estas perspectivas.

Cuando hablamos de **aprender con redes sociales** estamos haciendo referencia a aprendizajes que se llevan a cabo dentro de lo que conocemos como educación formal y no formal o lo que es lo mismo, aprendizajes reglados. Como ya hemos podido comprobar en el apartado anterior, es una realidad que los adolescentes están en las redes sociales y por tanto de ahí la necesidad de aprovechar desde la educación los espacios de interacción y comunicación que se generan entre los jóvenes al formar parte de estas redes.

Las herramientas de red social permiten, entre otras cosas, compartir documentos (temario de una asignatura, actividades, exámenes), comunicarse de manera síncrona y asíncrona (tutorías profesor-alumno y alumno-alumno), compartir enlaces, videos, fotos, archivos de audio...que pueden ser de interés para una asignatura en concreto, crear grupos para facilitar la comunicación entre un colectivo de alumnos determinado, y así, una infinidad de posibilidades que resulta interesante tener en cuenta desde las instituciones de enseñanza. Las redes sociales y su utilización didáctica, aspecto en el que se adentrarán en capítulos posteriores Camacho (Ejemplos de usos didácticos de

Por otra parte cuando hablamos de **aprender a través de las redes sociales**, nos referimos a procesos de aprendizaje informales en los que los usuarios de las redes sociales pueden aprender de manera autónoma e independiente al formar parte de esta red. Gracias a los procesos comunicativos que se establecen en las redes sociales y a todas las posibilidades que éstas nos ofrecen para compartir información en diferentes formatos, los miembros de las redes pueden estar informados y aprender en todo momento de lo que ocurre dentro de su red. Los aprendizajes que se producen a través de las redes sociales, estarán determinados por la naturaleza de la red en sí misma y por el tipo de comunicación y relaciones establecidas entre los usuarios. Aunque en las redes sociales existen usuarios más activos a la hora de publicar y compartir información y otros usuarios más pasivos que observan y se benefician de lo que otros publican (Lurkers), la presencia de ambos roles es necesaria e interesante de cara a generar procesos de aprendizaje informales dentro de las redes (Preece, Nonnecke y Andrews; 2004).

La última de las perspectivas, **aprender a vivir en un mundo de redes sociales**, hace alusión a la necesidad de informar y concienciar a los nuevos usuarios de estas herramientas (mayoritariamente adolescentes

aunque no sean los únicos) de qué son las redes sociales y cómo, como en el caso de cualquiera otra herramienta, el uso que de ella se haga ampliará las posibilidades que ofrecen y a la vez determinará en gran medida el papel que las mismas tienen en toda nuestra vida.

No es un secreto que todos manejamos identidades (roles) diferentes en nuestra vida cotidiana, somos las mismas personas, y además los contextos formales e informales de la misma son muy parecidos e incluso se entrecruzan muchas veces; no obstante, deseamos seguir manteniendo diferentes roles en diferentes momentos y para diferentes cosas. Pues bien, la red no es distinta. Somos los mismos en la red, y buscamos conscientemente diferentes roles en diferentes lugares que nos permitan asumir diversos papeles en distintas situaciones y que a la vez nos permiten percibir el mundo de formas diversas.

El problema surge cuando en nuevos entornos no sabemos cómo manejar esas diferentes versiones de nosotros mismos, básicamente porque estamos aprendiendo a hacerlo todo nuevo en los nuevos (no-) lugares. En presencial tienes ejemplos de otros, en red debes ir construyendo ejemplos tu mismo con base en tu experiencia, porque la experiencia de otros no existe como ejemplo.

Por ello creemos que la educación no debería perder de vista este tipo de novedades en los entornos de relación de los educandos y de los educadores, como tampoco debería olvidar la necesidad de formar a la gente para que sea consciente de sus diferentes facetas en tanto que persona y en tanto que aprendiz, y hacerle capaz de asumir roles variados que se muevan cómodamente en la red aprovechándose de ella.

A pesar de que todas las posibilidades que nos ofrecen las redes sociales para compartir información son muy interesantes de cara a la mejora de los procesos comunicativos, la mejora de los aprendizajes y el crecimiento cuantitativo y cualitativo de la propia red; la libertad a la hora de publicar, comentar y opinar hace necesario abordar desde la educación procesos de aprendizaje orientados a un uso seguro y responsable de las redes sociales. Evidentemente, es una tarea difícil, especialmente desde nuestros preordenamientos clásicos sobre las clases, el sistema y los mismos alumnos, incluso ellos mismos son reticentes a tocar este tipo de relaciones en su educación formal.

Evidentemente, las tres perspectivas educativas que acabamos de exponer, no son excluyentes en ningún caso. Al contrario, es interesante que exista complementariedad entre éstas para poder hacer un uso provechoso y adecuado de las redes sociales en la educación.

3.4. ¿Networking?

Si bien no va a ser objeto de un estudio profundo en este libro, no queríamos cerrar este capítulo sin hacer aunque sea una mención a uno de los usos evidentes de las redes sociales que evidente especialmente en el mundo laboral: la magia del Networking.

El aprovechamiento de las redes de contactos constituye una estrategia muy usual y eficaz para gran cantidad de cosas en el mundo presencial. Es algo que siempre se ha usado, habitualmente con un mismo mecanismo, consiste en informar a la gente de nuestro entorno -no sólo a tus amigos y familiares- sobre nuestra situación, intereses y potenciales expectativas

para que éstos o sus conocidos nos “echen una mano” en la consecución de alguno de nuestros objetivos. A eso, desde el mundo de la empresa, ha dado en llamarse “Networking”.

Pues bien, si miramos con detenimiento, éste ha sido el uso clásico que hemos dado a las redes sociales en el mundo, casi, desde que el mundo es mundo. No obstante, las redes sociales en Internet –en la Web para ser más precisos- han dotado a ese mecanismo ancestral de la inmediatez, la transparencia y la mundialización que les caracteriza. Con lo cual, ahora esa red de contactos -ese “entorno”- se multiplica exponencialmente en la medida en que tenemos más contactos, extendiéndose de manera automática a los contactos de nuestros contactos, casi sin necesidad de que ellos intervengan (no olvidemos que en presencial los contactos de nuestros contactos son información completamente oculta para nosotros), y además dicha información se difunde alrededor del mundo en un radio espacial tan amplio como el de nuestra red, y en un corto espacio de tiempo.

Dichas redes nos abren un amplio abanico de posibilidades de cara al mundo laboral y a pesar de que existen redes sociales profesionales cuya finalidad principal, como ya hemos visto, es poner en contacto a profesionales de diferentes ámbitos laborales, la posibilidad de crear una red de contactos basada en aspectos laborales o profesionales no está limitada a estas redes si no que se puede llevar a cabo mediante cualquier herramienta de red social, sea del tipo que sea.

Hay que tener en cuenta, por ejemplo que las empresas cuando tienen que buscar a algún trabajador recurren a sus redes sociales de conocidos; es decir, que hacen como todos hemos hecho alguna vez en presencial: “¿conoces a alguien?”, dicha pregunta la lanzan a sus conocidos, compañeros, trabajadores, etc., y es de esta información de la que suelen servirse habitualmente para encontrar nuevos trabajadores.

A su vez, las redes sociales permiten a los usuarios realizar el famoso *Networking* (el uso de nuestros contactos) para la búsqueda de empleo de manera rápida y sencilla. Concretamente las redes sociales con un carácter más profesional facilitan a sus usuarios la búsqueda de empleo tanto de manera pasiva como activa. Estar en una red social profesional en la que se incluye información referida a nuestra formación, capacidades, intereses, currículum es una manera de buscar empleo de manera más pasiva que resulta interesante como complemento a otras formas de búsqueda. Por otra parte, las herramientas de red social profesional suelen incluir un apartado específico con ofertas de empleo relacionadas con el propio perfil profesional que permiten llevar a cabo procesos de búsqueda de empleo más activos.

En consecuencia no es raro que haya expertos que consideran el uso de las redes sociales –el Networking-, presencial y en red, como la mejor estrategia para la búsqueda de empleo y como un factor clave que aumenta la empleabilidad –o lo que es lo mismo, la capacidad para encontrar, cambiar o mejorar el propio puesto de trabajo- de los ciudadanos.

Además de lo anterior el establecimiento de redes de contacto entre profesionales, genera un espacio de interacción que facilita y promueve la formación de sus miembros. Esta formación puede presentar un carácter más informal, al generarse de manera autónoma mediante la comunicación establecida y la información compartida entre los miembros de la red o por otra parte tener un carácter más formal mediante la realización de cursos o

asistencia a eventos propuestos por algunas plataformas de red social profesional. En definitiva, todos estos procesos formativos permiten la formación continua de los miembros de la red y la actualización y el desarrollo profesional.

Por otra parte las redes sociales nos permiten darnos a conocer y conocer gente interesante de nuestro ámbito profesional a la que sería imposible acceder de otra manera y con la cual podemos emprender nuevos proyectos o colaborar en futuras empresas. A mayores, estar en contacto continuo con diferentes profesionales facilita la actualización profesional generando procesos de mejora dentro del propio puesto de trabajo o incluso propiciando cambios a puestos de trabajo mejores o con características diferentes.

Esa evidente que este networking requiere un tiempo, pero no es menos cierto que la inversión en tiempo que hay que realizar para entrar a formar parte de una red social profesional es muy pequeña en función de las ventajas que ya hemos visto que supone.

4. ¿Y ahora?

Siendo este el capítulo primero de este trabajo no es preciso adelantar acontecimientos, pero sí creemos que así como las redes sociales y sus posibilidades se han usado desde tiempos analógicos inmemoriales, es previsible que su uso no sólo sea más intenso en los años venideros, sino que el potencial interés educativo de las mismas sea creciente.

En parte nos referimos a todas las posibilidades didácticas que hemos venido explorando en los últimos tiempos y que se exponen en capítulos venideros de este mismo trabajo. Pero además nos referimos al papel que adoptan las redes sociales en a una de las apuestas de futuro más interesantes de las que se viene hablando en los últimos tiempos en el mundo educativo, los llamados Entornos Personales de Aprendizaje, o PLEs (Personal Learning Environments).

Cuando miramos a través de la puerta de los PLEs, nos asomamos al mundo educativo en el que la perspectiva toma como punto de fuga al alumno. Es decir, es el alumno –o mejor, el aprendiz- es el centro de lo que sucede, y decide cómo configura el marco de aquello que le ayuda a aprender del mundo que le rodea (Attwell, 2007; Schaffert & Hilzensauer, 2008; Castañeda, 2008; Castañeda y Sánchez, 2009). Es decir, el PLE supone el entramado que la persona crea a partir de la red de herramientas y espacios que utiliza para aprender, es decir, es su propio entorno de aprendizaje.

No obstante, estos PLEs no están configurados sólo por herramientas o fuentes de información “fijas”, se entiende que las personas también hacen parte de esos entornos y las relaciones que el aprendiz tiene con ellas. Así entran en escena todas las conexiones personales y profesionales hechas a través de herramientas de publicación social o de seguimiento de la actividad en red y, cómo no, de las redes sociales, de las que la persona puede aprender.

Las redes sociales de las que aprende o sus Redes Personales de Aprendizaje, más conocidas en dicho contexto como PLN (Personal Learning Networks).

Así, las redes con las que aprendemos se configuran como parte fundamental de la forma en la que aprendemos tradicionalmente y de lo que es fundamental al entorno en el que aprendemos hoy y queremos aprender en el futuro, y las redes sociales asumen un papel potencialmente crucial en la organización y desarrollo de dichas redes de aprendizaje.

El asunto es cómo usarlas, cuándo y cuáles, y eso es algo que intentaremos seguir explorando.

Para Citar:

Castañeda, L. y Gutiérrez, I. (2010). Redes Sociales y otros tejidos online para conectar personas. En Castañeda, L. (Coord.): *Aprendizaje con Redes Sociales. Tejidos educativos en los nuevos entornos*. Sevilla: MAD Eduforma