

AF2: Comunicación y colaboración

Introducción a los entornos digitales

Digitalización aplicada al sector productivo.

Módulo formativo sobre competencias digitales transversales básicas.

Índice

1. INICIO	3
1.1 Introducción	3
2. ENTORNOS DIGITALES	4
2.1 ¿Qué son los entornos digitales?	4
2.2 Los entornos digitales en el siglo XXI	4
3. ENTORNOS DIGITALES PROFESIONALES	6
3.1 Entornos digitales profesionales: medios y herramientas	6
4. CIERRE	10
4.1 Resumen	10
4.2 Referencia bibliográficas	11

1.INICIO

1.1 Introducción

Introducción a los entornos digitales

Rosa, fotógrafa, no ha crecido en el mundo digital y no tiene mucho conocimiento acerca de las **Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)**, pero sí reconoce que es una parte esencial de la vida actual. La integración de herramientas, recursos y medios digitales soportados por las TICs en cada actividad se traduce en la **creación de entornos digitales**, los cuales tienen la función de dar respuesta a nuestras necesidades.

En esta unidad podrás conocer qué son los entornos digitales, los entornos digitales profesionales, así como los medios para publicar contenidos y darles visibilidad. Así como Rosa, podrás aprender a identificar qué entorno es más adecuado para comunicarte en función del contexto en el que te encuentres.

¿Qué vas a aprender en esta unidad?

**OBJETIVO GENERAL DE LA ACCIÓN FORMATIVA**

- Comunicar en entornos digitales; compartir recursos propios a través de herramientas en línea; conectar y colaborar con otros a través de herramientas digitales; interactuar y participar en comunidades y redes; conseguir una cultura digital.

**OBJETIVO ESPECÍFICO DE LA UNIDAD DIDÁCTICA**

- Identificar medios de comunicación sencillos y apropiados para un contexto determinado.

**CONTENIDOS DE LA UNIDAD DIDÁCTICA**

**INTRODUCCIÓN A
LOS ENTORNOS DIGITALES**

ENTORNOS DIGITALES

**ENTORNOS DIGITALES
PROFESIONALES**

1
¿Qué son los entornos digitales?

2
Los entornos digitales en el siglo XXI

3
Entornos digitales profesionales: medios y herramientas

2. ENTORNOS DIGITALES

2.1 ¿Qué son los entornos digitales?

Entorno y digitalización

Diversas teorías mencionan que una persona aprende a través de la interacción con lo demás y con su entorno y que este impactará de manera significativa en su forma de ver el mundo que le rodea.

Si cada persona observara durante un momento los entornos que forman parte de su vida, rápidamente se daría cuenta de que en las últimas décadas ha surgido con fuerza un nuevo **entorno**: el **digital**.

Entornos digitales

Los entornos digitales son todos aquellos espacios que nos rodean en el mundo digital que nos permite **interactuar o comunicarnos con un objetivo personal o profesional**.

Los entornos digitales se han vuelto importantes en diversos ámbitos: social, académico, profesional y laboral. Por ejemplo, hoy Rosa tiene un nuevo desafío en su trabajo: desarrollar un reportaje visual para crear presencia en las redes de una empresa inmobiliaria. Aquí, Rosa tendrá que utilizar los entornos digitales con un objetivo profesional.

Los entornos digitales no solo han influido en la forma de compartir información, también en la capacidad de innovar, para simplificar las tareas y dar respuesta a las necesidades y retos que se desarrollan en cada contexto.

Cada persona forma parte de un entorno digital constante, innovador y en continua evolución, en el que surgen nuevas herramientas y recursos que intentan dar respuesta a los retos de la era digital.

2.2 Los entornos digitales en el siglo XXI

La **tecnología** ha sido sinónimo de evolución y ha dado respuesta a las necesidades de las personas, haciéndose presente e indispensable en diferentes sectores productivos, como el de Rosa, que pertenece al sector de la información y las comunicaciones.

La finalidad en todos ellos ha sido la misma: **facilitar procesos** y hacer más llevaderas todas las actividades.

Rosa, poco a poco está conociendo las oportunidades que los entornos digitales le pueden brindar en su trabajo y en su entorno personal.

La **digitalización** es el desarrollo tecnológico que ha marcado la última década del siglo XX y el siglo XXI. Precisamente, es en este último donde los **entornos digitales** han dejado mayor impronta en todos los ámbitos de la vida. Veamos algunos **ejemplos**:

- **Ámbito educativo:** el programa informático que utilizamos para escribir un trabajo para el instituto, como **Word** o **PowerPoint**, las distintas páginas web para buscar información, como Google o, por ejemplo, los espacios de aprendizaje online, como las aulas virtuales o los **LMS** (Learning Management System).
- **Ámbito laboral:** las nuevas maneras de trabajar desde cualquier rincón, como el teletrabajo o **e-Work**, los softwares de gestión con la clientela como los **CRM** (Customer Relationship Management) o, por ejemplo, los sistemas de gestión empresarial para automatizar procesos y datos como los **ERP** (Enterprise Resource Planning).
- **Ámbito social:** el envío de mensajes instantáneos a nuestros amigos con, por ejemplo, **WhatsApp**, la participación en redes sociales, como en **Facebook** o **Twitter** o, por ejemplo, la vinculación con otros a través de comunidades en red, como con los **foros** de distintas páginas web.
- **Ámbito de la salud:** las consultas médicas online o la telemedicina, los relojes inteligentes que guardan nuestros pasos y pulsaciones diarias o, por ejemplo, las recetas electrónicas de nuestro Sistema Nacional de Salud.

Como vemos, los cambios, retos y necesidades actuales han dado lugar al diseño de herramientas y recursos tecnológicos como ordenadores y otros dispositivos, además de programas, sitios web y aplicaciones, enfocados a dar respuesta a demandas específicas.

Por ejemplo, Rosa pudo ver en su trabajo como la fotografía pasó de ser analógica a ser digital y los ordenadores hoy son fundamentales. Hoy casi no se imprimen fotografías, que se comparten por webs o redes sociales y se almacenan en la nube.

Características de los entornos digitales

Los entornos digitales presentan una serie de características comunes. Según Ángulo y Vázquez (2013), esas características son las siguientes:

- **Inmediatez/velocidad:** la información está disponible en tiempo real.
- **Cantidad:** ahora hay mucha más información.
- **Deslocalización/ubicuidad:** podemos acceder a la información desde cualquier lugar y la podemos encontrar en cualquier sitio.
- **Multimodalidad:** la información está disponible de muchas formas (palabras, imágenes, vídeos...).
- **Hipertextualidad:** podemos saltar de una información a otra.

Los entornos digitales están en constante cambio y nos imponen un aprendizaje continuo, unas veces a través de formación específica (tutoriales, vídeos, cursos...) y otras resolviendo retos de manera intuitiva.

3. ENTORNOS DIGITALES PROFESIONALES

3.1 Entornos digitales profesionales: medios y herramientas

Medios y herramientas digitales

Tanto las empresas como organizaciones han generado diversos espacios de participación donde tú, como parte de este proceso, puedes cumplir tu propio objetivo comunicativo, ya sea este personal, académico o profesional.

En el caso de Rosa tiene que conocer los entornos de comunicación digital para cumplir su encargo de que la empresa inmobiliaria tenga más visibilidad en los medios.

Los medios digitales son aquellos espacios de comunicación que no tienen un soporte físico. Se crean y desarrollan para ser difundidos a través de internet y sus contenidos se transmiten muy rápidamente.

Su facilidad de uso nos convierte en creadores y creadoras de información y ha cambiado la forma de comunicarnos. Hay **tres grandes grupos de medios digitales** que darán visibilidad a los contenidos creados:

Medios pagados

Son espacios **pagados o patrocinados** para facilitar el alcance del objetivo, es decir, implica pagar a una empresa o proveedores para que el producto o servicio a promocionar genere atención. Para lograr el impacto que se desea muchas veces es necesario buscar estrategias publicitarias o de difusión, siendo muy habitual encontrar contenidos con publicidad. Un ejemplo de este tipo de medios puede ser una publicación patrocinada por alguna marca.

Medios ganados

Estos medios son aquellos que se vuelven **tendencia o causan reacción** sin necesidad de una inversión. Sus contenidos pueden ser espontáneos o fruto del esfuerzo y trabajo del equipo que lo desarrolla. Logran una interacción o respuesta masiva, a través de reacciones o comentarios, gracias a la confianza e identificación de la audiencia con ese contenido que se está publicando.

Un ejemplo de este tipo de medios es cuando subes un vídeo a alguna red social y se masifica rápidamente en la red, esto quiere decir que se hace viral.

Medios propios

Son espacios, contenidos o canales creados con un propósito **propio u organizacional**. Quienes poseen este tipo de medios gestionan e implementan estrategias y acciones con sus recursos sin depender de otras partes. Y además reflejan la intencionalidad de promocionar a la organización y lograr posicionamiento en internet.

Un sencillo ejemplo puede ser la publicación de una entrada en nuestro blog personal mostrando lo que hacemos día a día en nuestro trabajo.

Rosa sabe que las herramientas digitales se han convertido en una respuesta inmediata en los entornos virtuales, pero aún se hace la siguiente pregunta: ¿qué es una **herramienta digital**?

Con la expresión **“herramienta digital”** puede hacer mención tanto a un **software** (programa), como a paquetes informáticos, espacios y aplicaciones específicas que se utilizan a través de dispositivos electrónicos cuya utilidad es la de facilitar las tareas de la vida cotidiana.

En un solo día puedes llegar a usar un número sorprendente de estas herramientas y recursos digitales solo para comunicar y resolver tareas a través del ordenador, móvil o tableta. Rosa, por ejemplo, se ha dado cuenta de que ha empleado más de una de estas herramientas digitales y quiere seguir conociéndolas.

Las herramientas digitales pueden clasificarse según la función que cumplen.

COMUNICAR

Función: Establecer vías y canales de comunicación sincrónicos y asincrónicos que permiten romper con el espacio y el tiempo.

Herramientas: Grupos de Google, MeWe, LinkedIn, redes sociales, entre otras.

CREAR

Función: Sirven para generar contenidos digitales.

Herramientas: YouTube, SlideShare, LinkedIn, Twitter, WordPress, Google Docs, entre otras.

INFORMAR Y DIFUNDIR

Función

Sirven para informar y compartir contenidos en red.

Herramientas

Blogger, WordPress, Facebook, Twitter, Scoop.it, Pinterest, entre otras.

ORGANIZAR CONTENIDOS

Función

Sirven para darle orden a la información filtrada o creada.

Herramientas

Scoop.it, Netvibes, Symbaloo, Drive, Pinterest, entre otras.

BUSCAR

Función

Sirven para localizar la información o contenidos que sean útiles, relevantes o de interés.

Herramientas

Buscadores como Google, Yahoo, Firefox, Opera, DuckDuckGo, Chrome. Twitter, Facebook, LinkedIn, Feedly, cualquiera de nuestras fuentes de información.

Pese a que existe una importante variedad de herramientas para cada necesidad, es importante que definas con claridad los objetivos que deseas alcanzar para realizar las tareas de búsqueda, identificación y análisis utilizando la herramienta ideal.

Herramientas digitales profesionales

Mientras Rosa revisaba el proyecto entregado por la inmobiliaria, realizó varias búsquedas en internet para investigar. Además, creó una carpeta compartida en la nube con el resto del personal. De esta forma, podrán guardar el material de trabajo en un solo lugar. Hasta ahora, no reconocía que estaba utilizando **herramientas profesionales digitales y que estaba creando un entorno digital en su ámbito de trabajo**, pensaba que era un recurso más de su trabajo cotidiano.

Estas herramientas han llegado a adaptarse tanto a las labores del día a día que pasan a ser parte del trabajo de manera imperceptible y lo hacen mucho más fácil y óptimo de llevar a cabo. Las **herramientas profesionales digitales** son recursos que permiten organizar la información con diferentes criterios.

También existen los entornos corporativos, en los que todas las herramientas necesarias están integradas y son específicas para el trabajo en una empresa o un sector. Así las personas trabajadoras trabajan en dicho entorno con mayor eficacia y seguridad, sin apenas necesidad de recurrir a herramientas externas.

Mira algunos ejemplos de uso de herramientas digitales en entornos profesionales.

Herramientas de organización

Son aquellas que ayudan a gestionar y organizar las tareas y labores del trabajo.

Podemos destacar algunas de ellas:

- **Repositorios.** Recursos útiles para guardar documentos y que estos sean accesibles en la web.
- **Nubes.** Son servicios externos muy seguros que sirven para guardar archivos fuera de tu ordenador, como por ejemplo Drive.
- **Organización.** Estas herramientas son útiles para ordenar el trabajo en equipo y la colaboración entre quienes participan, como por ejemplo Teams.
- **Envío y recepción.** Son herramientas para enviar y recibir información, como por ejemplo Outlook.
- **Colaboración.** Estas herramientas hacen del trabajo sea más conectado, aunque no se esté en el mismo lugar, como por ejemplo Slack y Trello, de las cuales hablaremos próximamente.

Herramientas de difusión

Este tipo de herramientas sirve para compartir información importante y de esta manera difundir a una gran cantidad de personas. Existen herramientas de difusión de acuerdo con el objetivo que se persigue.

Algunas de ellas son:

- **Redes sociales generalistas** o redes de difusión sin una temática definida.
- **Redes sociales profesionales** específicas para la difusión de contenidos de cada sector productivo.
- **Redes sociales educativas** que se centran en la educación y formación.

Herramientas de creación de contenidos

Son aquellas herramientas útiles para desarrollar innumerables contenidos digitales que ayudan a visibilizar y posicionarte dentro de las redes. La creación de contenidos se refiere a crear información para un fin determinado.

Algunas de estas herramientas son: **blog, wikis, podcast, presentaciones, editores de fotografías o video** entre muchas otras.

Herramientas web

Son aquellas que facilitan el trabajo en el mundo digital. Con estas herramientas podemos alojar e intercambiar cualquier tipo de contenido. Algunos ejemplos que se destacan son:

- **Herramientas de autor:** para construir diferentes contenidos.
- **Gestores de tareas:** útil para realizar seguimiento de las actividades.
- **Sitios web:** apropiados para dar a conocer la marca personal.
- **Códigos QR:** útiles para almacenar información y luego poder acceder a ella fácilmente.

Herramientas de búsqueda de información

Estas herramientas permiten realizar consultas, investigar acerca de un tema determinado y recuperar información.

Entre algunas herramientas que se destacan es posible mencionar los **navegadores** como Google, Firefox o bien **buscadores especializados** como Google académico o bien **meta buscadores** que buscan información en un conjunto de buscadores como Vivísimo, Metacrawler.

Herramientas de comunicación

Este tipo de herramientas se utilizan para poder desarrollar el proceso de comunicación entre las personas y de esta manera generar vínculos ya sean personales como profesionales.

Aquí podemos destacar herramientas sincrónicas, comunicación en tiempo real, como **chat, video conferencias** o asincrónicas, comunicación diferida en tiempo no real como es el **correo electrónico, los foros** y otras.

Pese a que existe una gran variedad de herramientas para cada necesidad, es importante que definas con claridad los objetivos que deseas alcanzar para realizar las tareas de búsqueda, identificación y análisis utilizando la herramienta ideal.

4. CIERRE

4.1 Resumen

¿Qué le ha ocurrido a nuestra protagonista?

Rosa está feliz, ha logrado **identificar los medios de comunicación más apropiados para realizar este reportaje visual**. Ya conoce algunos entornos digitales y utiliza varias herramientas digitales profesionales en su trabajo diario por lo que pudo identificar cuáles eran las más adecuadas para comenzar este proyecto.

¿Y qué has aprendido a hacer?

Acción Formativa 2. Comunicación y colaboración.

UNIDAD DIDÁCTICA 1. INTRODUCCIÓN A LOS ENTORNOS DIGITALES



En la siguiente unidad te invitamos a revisar las redes sociales, sus características, ventajas y desventajas que estas tienen en el mundo virtual. Además, podrás ver cómo Rosa sigue tomando grandes decisiones para realizar su reportaje y tener éxito en el mundo digital. Ahora, es momento de continuar avanzando y ver lo que es posible hacer con estos medios digitales. Te invitamos a continuar descubriendo qué sucederá en la siguiente unidad formativa.

4.2 Referencia bibliográficas

A continuación, puedes ver la relación de recursos (artículos, estudios, investigaciones, páginas web...) que se han consultado y citado para elaborar el contenido de esta Unidad Didáctica:

- Badosa, M. (2017). Propios, pagados y ganados: gestión y planificación efectiva de nuestra inversión en medios en la era digital. Harvard Deusto Márketing y Ventas, (143), 6-11.
- Cabrera, M.; Codina, L.; Salaverría Aliaga, R. (2019). Qué son y qué no son los nuevos medios. 70 visiones de expertos hispanos. Revista Latina de Comunicación Social. (74):1506-1520. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2019-1396>
- Durand, A (13 de agosto 2020) Convivencia en el entorno digital. Identidad y Desarrollo. Recuperado de: <https://identidadydesarrollo.com/convivencia-entorno-digital/> [22/12/2021].
- Núñez Paula, I. A., & Núñez Govín, Y. (2005). Propuesta de clasificación de las herramientas-software para la gestión del conocimiento. Acimed, 13(2), 1-1.
- Rethink work with Konica Minolta (2019) Managing virtual teams successfully Does virtual teamwork work? Of course – especially if you know how to manage it properly. Read these seven tips for successful virtual teamwork. Recuperado de: <https://www.konicaminolta.eu/eu-en/rethink-work/new-work/managing-virtual-teams-successfully> [22/12/2021].