

AF2: Comunicación y colaboración

Aprender y enseñar en redes sociales

Digitalización aplicada al sector productivo.
Módulo formativo sobre competencias digitales transversales básicas.



Índice

1. INICIO	3
1.1 Introducción	3
2. LAS REDES SOCIALES.....	4
2.1 ¿Qué son las redes sociales ?	4
2.2 Evolución de las redes socilales	4
2.3 Tipos y clasificación de las redes sociales	8
2.4 Uso de las redes sociales	9
2.5 Ventajas y desventajas de las redes sociales.....	10
2.6 Principales redes sociales: nuestras redes.....	13
3. APRENDER Y ENSEÑAR EN LAS REDES	14
3.1 Aprender y enseñar en las redes es posible...	14
3.2 Redes sociales – enseñanza – aprendizaje	15
4. CIERRE.....	16
4.1 Resumen	16
4.2 Referencias bibliográficas	17

1. INICIO

1.1 Introducción

Aprender y enseñar en redes sociales

¿Sabías que una de las necesidades humanas más importantes es la de la de poder comunicarse? Las personas siempre han buscado distintos medios para hacerlo y a medida que se evoluciona también avanzan los recursos, las tecnologías y medios de comunicación.

Rosa, hoy se encuentra en una encrucijada. Ha ido investigando sobre entornos digitales para poder desarrollar su proyecto y sabe que las redes sociales son uno de los entornos de comunicación más relevantes que existen, pero nunca ha participado de ellos, por lo cual debe profundizar su investigación y conocer un poco más de estas redes. De este modo, Rosa podrá participar y desarrollar su trabajo eficazmente.

En esta unidad didáctica veremos qué son las redes sociales, cómo han evolucionado con las tecnologías y cómo se han transformado no solo en una herramienta de comunicación, sino que también en un vehículo de enseñanza y aprendizaje.

Al finalizar la unidad serás capaz de realizar una buena elección de tus redes sociales identificando sus características, ventajas y desventajas como también podrás interactuar en las redes con otras personas de manera sencilla y eficaz.

¿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.



OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA UNIDAD DIDÁCTICA

- Reconocer tecnologías digitales para compartir información, datos y contenidos digitales.
- Identificar prácticas tanto de referencias como de atribuciones de autoría sencillas.
- Reconocer tecnologías digitales para adquirir confianza y participar como ciudadano en la sociedad.
- Diferenciar normas de comportamiento y de "saber-cómo" básicas en el uso de las tecnologías y en la interacción en entornos digitales.
- Elegir formas de comunicación y estrategias adaptadas a una audiencia determinada.



CONTENIDOS DE LA UNIDAD DIDÁCTICA



2. LAS REDES SOCIALES

2.1 ¿Qué son las redes sociales ?

Una nueva forma de comunicar

Durante mucho tiempo se ha hablado sobre medios y canales de comunicación que han sido la base para el intercambio comunicativo y social. Actualmente, es posible hablar de **redes** de comunicación que atraen y enlazan a las personas, formando una comunidad.

Son las llamadas redes sociales, soportadas por plataformas digitales y aplicaciones de smartphones que permiten la **conexión y la interacción entre personas** con intereses, actividades o relaciones comunes, que no tienen por qué conocerse antes de entrar en contacto a través de la red social.

2.2 Evolución de las redes sociales

Origen de las redes sociales

La búsqueda constante de vías de comunicación ha impulsado y posibilitado el desarrollo de medios y recursos que sustentan y dan base a estos canales, sin importar el propósito para el que se utilicen.

A lo largo de la historia, los entornos de comunicación han ido logrando mayor alcance, así como un mayor poder de captación. Con la llegada de Internet no solo se facilitó el acceso a un número importante de usuarios y usuarias, sino que el tipo y calidad de **interacción** se fue volviendo más **demandante, activo y globalizado**.

Evolución de las redes sociales

Las redes sociales comenzaron a tener presencia en Internet a finales de los 90 y, desde entonces, han evolucionado a demanda de cada contexto.

Al inicio, algunos espacios de intercambio no se denominaban como redes sociales, pero sus características concretas y el uso masivo a través de dispositivos móviles, debido al avance de la velocidad de las redes de datos, han configurado su descripción.

A continuación, observa los hitos temporales en la creación de redes sociales:

1999

- **Messenger**

Fue un programa de mensajería instantánea creado por Microsoft en 1999 y suspendido en 2005 debido a su reemplazo por Windows Live Messenger. Messenger dominó el mercado hasta que fue sustituido por la aplicación Skype. Microsoft compró Skype en 2011 y fue la primera que incorporaba videollamadas y mensajes de texto.

2002

- **LinkedIn**

Es una red social orientada al uso empresarial, a los negocios y al empleo. La web pone en contacto a millones de empresas y empleados que comparten sus currículums y datos profesionales. Fue lanzada en 2003 y en 2011 se convirtió en la primera red social que cotizaba en bolsa. Microsoft la adquirió en 2016 y hoy cuenta con más de 750 millones de miembros.

2003

- **MySpace**

El 1 de agosto de 2003 se lanza MySpace. Fue una de las redes sociales más populares e importantes en la primera década del 2000. Fue adquirida en 2016 por TIME, una empresa de medios escritos que la convirtió en una aplicación de noticias y tendencias.

2004

- **Facebook - Vimeo - Flickr**

Facebook: es un servicio de redes y medios sociales en línea estadounidense. Su sitio web fue lanzado el 4 de febrero de 2004 por Mark Zuckerberg, junto con otros estudiantes de la Universidad de Harvard. Desde 2010 es la red más utilizada en todo el mundo. Aunque está perdiendo usuarios, su fundador quiere que se convierta en la base de una nueva forma de comunicación que denomina "metaverso".

Vimeo: es una red social de Internet basada en vídeos, lanzada en noviembre de 2004 por la compañía InterActiveCorp (IAC). Es una plataforma que proporciona servicios de visualización de vídeo libres y sin publicidad.

Flickr: es un sitio web que permite almacenar, ordenar, buscar, vender y compartir fotografías o vídeos en línea, a través de Internet. La popularidad de Flickr se debe

fundamentalmente a la capacidad para administrar imágenes mediante herramientas que permiten etiquetar sus fotografías, explorar y comentar las imágenes de otras personas.

2005

- **Youtube**

Es un sitio web de origen estadounidense dedicado a compartir videos. Fue creado por tres antiguos empleados de PayPal en febrero de 2005 y, en octubre de 2006 fue adquirido por Google Inc.

2006

- **Twitter - Spotify**

Twitter: es un servicio de microblog estadounidense. Desde que Jack Dorsey lo creó en marzo de 2006, y lo lanzó en julio del mismo año, la red ha ganado popularidad mundial y se estima que tiene más de 300 millones de personas usuarias, generando 65 millones de tuits al día y maneja más de 800.000 peticiones de búsqueda diarias.

Spotify: es una empresa de servicios multimedia sueca fundada en 2006. Se basa en una aplicación para la reproducción continua de música en internet (**streaming**). Es una red con servicios de pago para evitar la publicidad mientras se escucha la música. Llega a 400 millones de usuarios, de los que casi la mitad tienen una cuenta de pago.

2009

- **WhatsApp**

Es una aplicación de mensajería instantánea para teléfonos inteligentes, en la que se envían y reciben mensajes mediante Internet, así como imágenes, vídeos, audios, grabaciones, entre otras funciones.

Es la aplicación de mensajería más utilizada con 2.000 millones de cuentas activas en 2021 según datos de [statista.com](#).

2010

- **Pinterest e Instagram**

Pinterest: lanzada en marzo de 2010, es una plataforma que permite a las personas usuarias crear y administrar, en tableros personales temáticos. La misión de Pinterest es "conectar a todos en el mundo, a través de cosas que encuentran interesantes".

Instagram: lanzada el 6 de octubre de 2010, es una aplicación y red social de origen estadounidense, propiedad de Facebook, cuya función principal es poder compartir fotografías y vídeos con otras personas. Es muy utilizada por jóvenes y adolescentes para seguir a otros usuarios con un gran número de seguidores, y que son conocidos como *influencers*.

2013

- **Telegram**

Es una plataforma de mensajería instantánea de origen ruso desarrollada por los hermanos Nikolái y Pável Dúrov. Se diferencia por su mayor nivel de privacidad y por centrarse en la comunicación por chats y la creación de grupos de usuarios, frente a las otras aplicaciones de mensajería que utilizan más las imágenes, vídeos y videollamadas.

2016

- **TikTok**

Es un servicio de redes sociales para compartir vídeos propiedad de la empresa china ByteDance. TikTok permite crear, editar y publicar vídeos fácilmente y compartirlos con otras personas. Es otra red de "tendencias" y en la que tienen gran importancia los *influencers*.

Las redes sociales están cambiando la comunicación en la sociedad del siglo XXI, como anteriormente lo hicieron los periódicos, la radio o la televisión. El éxito de una red social se fundamenta en el grado de uso, utilidad e interacción que la comunidad encuentre en ella.

Características de las redes sociales

Rosa ha visto varias redes y se ha dado cuenta que no todas son apropiadas para cubrir sus necesidades. Vio que hay algunas están dirigidas a un tipo de público, otras tienen un propósito profesional, o más bien, un enfoque más comunicativo, informativo o de entretenimiento.

Todo esto, la lleva a pensar cómo ha sido posible que las redes tengan dimensiones tan amplias y cómo se han convertido en un medio tan globalizado donde millones de personas pueden interactuar.

Pero existen otros aspectos que pueden definir a las redes sociales. Pulsa sobre los indicadores para conocer más información.

- **Conektividad**

Es la posibilidad de contactar fácilmente con otras personas y crear vínculos a través de las redes sociales, que están abiertas a la participación de cualquier persona u organización.

- **Viralidad**

La **viralidad** es un término muy cotidiano en los entornos virtuales. Se refiere a la veloz propagación de un contenido a través de las redes.

- **Personalización**

Cada usuario o usuaria tiene la libertad de personalizar y dar identidad propia a sus redes sociales según las funciones que estas posean. A su vez, su perfil podrá ser configurado del modo que prefiera y conforme a las condiciones de privacidad que decida.

- **Interacción**

La interacción permite a las personas expresarse, establecer diálogos y mostrar sus preferencias. Esta dinámica es de interés para las empresas, ya que les permite conocer las opiniones e intereses de los públicos y generar mayor **engagement**, es decir, compromiso o implicación emocional con el público.

- **Temporalidad**

Los tiempos en la comunicación pueden variar desde las interacciones en tiempo real hasta las que se producen posteriormente en reacción a la publicación de un contenido. Las redes sociales permiten una interacción continua en el tiempo, motivada por los intereses particulares de sus participantes.

2.3 Tipos y clasificación de las redes sociales

Rosa ha visto cómo las tecnologías avanzan y con ellas ha visto que también lo hacen las redes sociales. Se dio cuenta de que algunas han incorporado nuevos espacios con la finalidad de alcanzar otras metas, como lo hizo Facebook con su zona de marketing. Esta red vio importante alcanzar los objetivos comerciales de aquellas personas que desean impulsar y comercializar con su propia empresa.

Los cambios de las redes han permitido remodelar sus espacios y comunidades a las que van dirigidas, diversificando la forma y finalidad de cómo se usan las redes.

Clasificación de las redes sociales

La clasificación de las redes sociales se basa en el público al que están orientadas, la modalidad de interacción que permiten, su enfoque y su tipo de plataforma.

De este modo, pueden dividirse como se muestra a continuación.

Según su público y objetivo

Se dividen en horizontales o verticales.

- **Horizontales.** Son las redes sociales que se dirigen al público en general, no se rigen por una línea temática o específica. Son redes abiertas.
- **Verticales.** Son redes sociales específicas que están dirigidas a un eje temático o campo particular. Su audiencia conoce y busca el contenido que esta red ofrece.

Según el sujeto principal de la relación

Con enfoque humanístico, de contenidos o de inertes.

- **Humanas.** Se refiere a las relaciones e interacciones de las personas en base a sus intereses.
- **De contenido.** Se refiere al intercambio de información entre participantes.

- **De inertes.** Se refiere a marcadores de lugares, sitios, marcas, etc.

Según su plataforma

Se divide en metaversos o Web.

- **Metaversos.** Estas redes sociales exigen al usuario una conexión particular de tipo **cliente-servidor**.
- **Web.** Redes sociales basadas en la estructura tradicional de Internet.

Cada vez más empresas integran las redes sociales en su actividad comercial para llegar a potenciales clientes, crear interacciones y tomar decisiones adaptándose a las demandas detectadas.

2.4 Uso de las redes sociales

¿Para qué sirven las redes sociales?

Puedes tener una idea general de la utilidad de las redes sociales según el uso cotidiano que realizas en ellas: desde conversar con un grupo de estudiantes de la universidad o con colegas del sector profesional, hasta crear contenido propio.

Existen cinco aspectos que engloban la utilidad de las redes sociales. A continuación, revisa para qué sirven las redes sociales:

Comunicar y compartir

Las redes sociales permiten establecer vías de comunicación, así como crear y compartir contenido informativo, recreativo, educativo o profesional; por ejemplo: documentos, imágenes, vídeos, opiniones o información.

Mantener o establecer contacto

Otra posibilidad que ofrecen las redes sociales es la de abrir y mantener vías de comunicación activas y constantes. En este sentido, permiten romper las barreras de tiempo y espacio para mantenerse en contacto globalmente, crear una identidad e ir forjando redes o comunidades de acuerdo con los propios deseos: familia, amistades, relaciones personales, laborales o profesionales.

Informarse

La red en sí es un gran universo de información constante. En ocasiones el reto es poder gestionar los datos y encontrar la información veraz y relevante. Para muchas personas las redes sociales son el medio de información más utilizado y están siendo muy utilizadas para difundir noticias falsas.

Entretenimiento

Este tipo de espacios tiene la particularidad de orientar su atención a usuarios y usuarias e ir creando entornos acordes a sus intereses, brindándoles espacios para entretenérse y estar en contacto con contenido que les resulta agradable o interesante. A su vez, permite mantenerse al día respecto a las tendencias sociales, lo cual ayuda a la inclusión de las personas en el contexto social que eligen.

Profesional y organizacional

Las redes sociales se han convertido en un espacio y un medio para diferentes actividades de carácter profesional: desde formar redes de profesionales con intereses comunes hasta crear espacios de comunicación y proyección profesional. También sirven para participar e intervenir en las actividades sociales de las empresas y organizaciones.

Tener presentes estas funciones te permitirá contar con una visión más general para ir construyendo otro tipo de entornos en estos espacios de comunicación e interacción.

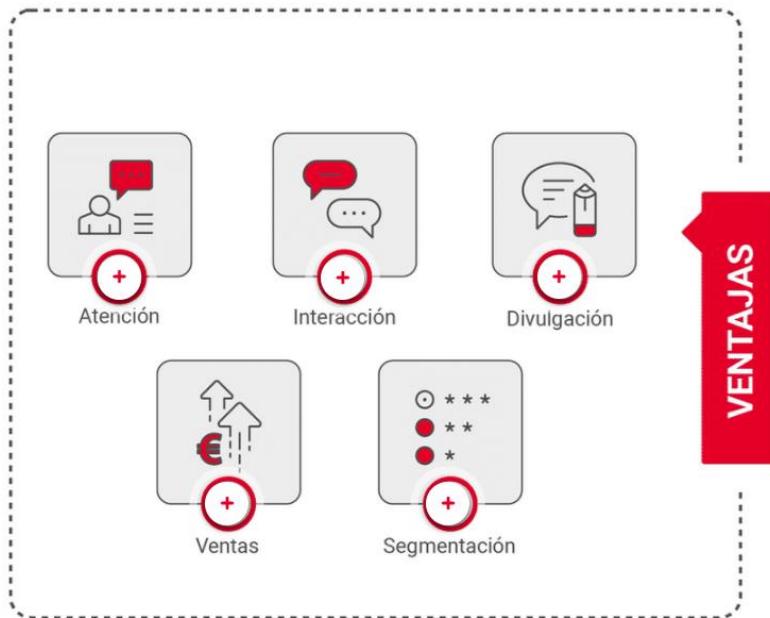
Si se aprende a identificar los recursos con los que se puede contar dentro de las redes sociales, será posible darles un propósito significativo y que generen una ventaja en aspectos más profesionales.

2.5 Ventajas y desventajas de las redes sociales

El uso de redes sociales es algo cotidiano dentro de las actividades de las personas y, logrando presencia alrededor del mundo, ha impulsado la interacción en muy poco tiempo. Transmitir información en el menor tiempo posible se ha convertido en uno de los retos de nuestra sociedad.

Rosa ha considerado este elemento como una de las grandes ventajas que las redes poseen, ya que en breves minutos puede llegar a gran cantidad de personas e interactuar con ellas en un mismo espacio. Sin embargo, esta inmediatez también puede tener desventajas. Estas deben ser controladas continuamente para no llegar a tener algún riesgo.

A continuación, podrás conocer algunas ventajas y desventajas de las redes sociales:



- **Atención**

Compartir en las redes libremente es una opción muy valiosa, ya que puedes mantener la atención y el interés de las personas que participan y, además es posible identificar si la actividad que se realiza está relacionada a sus intereses.

- **Interacción**

Las redes sociales permiten tener una interacción más personalizada y directa con la audiencia, ya que es posible entrar en contacto con el público objetivo y resolver sus dudas u ofrecer productos o servicios.

- **Divulgación**

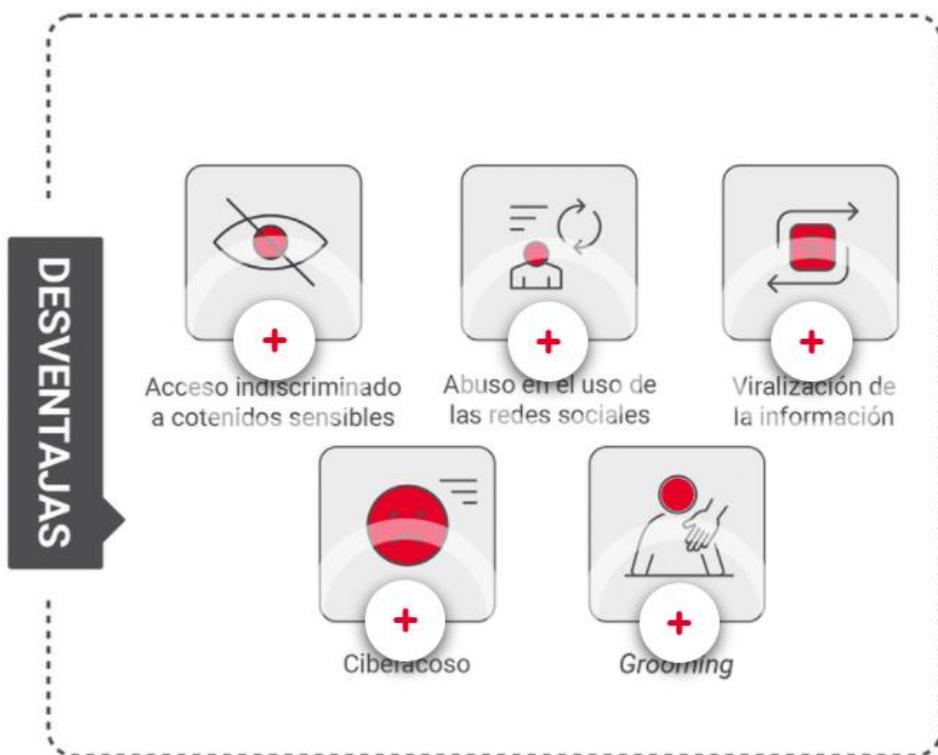
Con el Internet, nuestro mensaje puede llegar a un amplio número de personas. Mediante el uso de nuestras redes sociales, podemos transmitir este mensaje con mayor facilidad a todos los seguidores de las mismas.

- **Ventas**

Las redes sociales pueden ser usadas con diversos fines. Vender u ofrecer un producto es posible cuando se aborda a una audiencia con la que ya existe una relación.

- **Segmentación**

Al publicar en redes sociales es posible segmentar los mensajes de acuerdo a las características de la audiencia, dirigiendo específicamente los esfuerzos hacia aquellos sectores que constituyen el público objetivo.



- **Acceso indiscriminado a contenidos sensibles**

Cuando la información entra en la red, ya no hay control. Aunque el acceso a una gran cantidad de contenidos pueda ser ventajoso, no toda la información es adecuada, útil o real, por lo que saber buscarla y discriminarla será importante.

- **Abuso en el uso de las redes sociales**

El uso excesivo de redes sociales puede llevar a la pérdida de contacto con el mundo tangible.

- **Viralización de la información**

Es la reproducción masiva de información. Resulta algo negativo cuando se viraliza información confidencial o que daña de algún modo la imagen que se quiere proyectar.

- **Ciberacoso**

Ocurre cuando una persona o grupo acosa u hostiga a alguien mediante las redes sociales. Algunas formas de **ciberacoso** son los insultos o la viralización de información privada.

- **Grooming**

Con el término "**grooming**" se hace referencia a las conductas de acoso ejercidas sobre menores de edad, incluyendo la creación o difusión de información o la interacción de forma malintencionada.

2.6 Principales redes sociales: nuestras redes

Nuestras redes

Rosa después de mucho dar vueltas ha decidido participar de las redes sociales, no solo por el hecho de relacionarse con otras usuarias o usuarios, sino porque le ayudará a compartir contenidos relacionados con su proyecto y labores profesionales.

Como ya sabes, las redes sociales han pasado a ser una herramienta democratizadora de la información, ya que las personas se han transformado no solo en receptores de información, sino que también son productores de contenidos.

A continuación, identifica las diferentes redes sociales más importantes en la red.

Introducción

Cada tipo de red social tiene un propósito o intencionalidad que la caracteriza. Existen redes especializadas, de comunicación o de entretenimiento, pero esta aparente linealidad no ha sido obstáculo para quienes quieren crear, compartir u ofrecer servicios o productos.

- **Facebook**

Es una de las redes más utilizadas en el mundo. Se trata de una red de vínculos virtuales cuyo principal objetivo es dar un soporte para producir y compartir contenidos. Llegó para ampliar las posibilidades de relación social y causó una revolución sensible en el mundo de las comunicaciones.

- **YouTube**

Enfocada principalmente en los videos, esta red permite la creación y difusión de contenidos audiovisuales.

- **WhatsApp**

Es una aplicación para teléfonos móviles que permite la comunicación instantánea y la relación sincrónica en el envío de todo tipo de material entre contactos (fotografías, videos, audios, documentos, etc.).

Asimismo, permite la creación de grupos y poder elegir la visibilidad o identidad, ya sea personal o empresarial.

- **TikTok**

Permite la creación y edición de videos cortos, que se pueden difundir de modo genérico (para la audiencia en general) o particular (clasificados por áreas o intereses específicos).

- **Snapchat**

Permite la mensajería e intercambio de contenido, principalmente fotografía y videos. Su éxito reside en la variedad de filtros de realidad aumentada que posee.

- **Pinterest**

Es una plataforma que permite crear y administrar proyectos o contenido de interés a través de tableros, bancos o colecciones de imágenes.

- **Twitter**

Es un servicio de comunicación con el que se puede intercambiar información concisa de una forma rápida, sencilla y gratuita.

- **Instagram**

Permite la creación y difusión de contenido, principalmente fotos y vídeos. Su atractivo radica en sus herramientas de edición y filtros, así como su compatibilidad con otras redes.

- **LinkedIn**

Red social orientada al uso profesional y empresarial, a los negocios y al empleo. Quienes la utilizan pueden crear perfiles y redes profesionales, realizar intercambios o difusión, así como colaboraciones para proyectos.

Rosa dispone de una larga lista de posibilidades para participar en las redes sociales. Sin embargo, es importante que sepa que, así como hay redes que nacen y tienen mucho éxito, hay otras que desaparecen porque no despiertan el interés necesario entre las personas. Actualmente hay redes sociales que han comenzado a atraer el interés, tales como **WeChat, QQ, Qzone y Weibo**, sin embargo, no han llegado a ser tan comunes en el entorno digital cercano.

3. APRENDER Y ENSEÑAR EN LAS REDES

3.1 Aprender y enseñar en las redes es posible...

Las redes sociales como herramienta de enseñanza y aprendizaje

Como se ha ido desarrollando a lo largo de la unidad, un aspecto central de la sociedad de la información es la adopción e integración de diferentes entornos digitales, entre ellos, las redes sociales.

Existen numerosos tipos de redes sociales o comunidades virtuales, cada vez más utilizadas para informarse continuamente sobre noticias, participar en la compra y venta de diversos productos, recibir información, establecer contactos, jugar o realizar actividades de colaboración profesional, así como chatear y compartir aficiones diversas.

Aunque cada red social tiene unas características específicas, es cada persona usuaria quien determina el uso que quiere darle. Es por ello que la comunicación y el intercambio que se produce en cada perfil de cada red social estará condicionado por el fin que persiga, ya sea profesional, educativo, de servicios, publicitarios, de entretenimiento, etc.

Roles de las redes sociales

Las redes sociales se identifican de acuerdo con los propósitos que estas tengan en el mundo digital, pero además pueden adoptar un papel o rol diferente a su propósito inicial cuando las personas usuarias las utilizan como herramientas para sus propios propósitos, de esta manera y gracias a su potencial para promover la **comunicación, la interacción y la participación** de las personas, se prestan a ser utilizadas para desarrollar o apoyar **procesos de aprendizaje**.

Algunas redes sociales propician un enfoque más colaborativo donde se comparte conocimiento y experiencias, se elaboran y difunden contenidos en múltiples formatos y se crean redes participativas, en resumen, Algunas redes sociales se pueden usar para una **construcción conjunta del conocimiento**.

El rol que pueden adoptar las redes sociales estará marcado por el **papel que cada persona** asuma dentro de ellas, que podrá cambiar según la situación y pasar de un rol de aprendizaje a un rol de enseñanza y viceversa.

- **Enseñar**

Este rol está enfocado a todos aquellos perfiles o personas usuarias que tengan la finalidad de enseñar, explicar, compartir información y contenidos en múltiples formatos relevantes para la generación de conocimientos. Toda persona que tenga la intención de entregar conocimiento utilizará este rol.

- **Aprender**

Se refiere a las personas que buscarán obtener o adquirirán información y conocimiento a través de las redes sociales. La finalidad es que puedan encontrar en las redes sociales la vía para resolver sus necesidades de aprendizaje.

3.2 Redes sociales – enseñanza – aprendizaje

Redes y sus herramientas para la enseñanza-aprendizaje

Las redes sociales pueden ofrecer entornos de enseñanza y aprendizaje que permiten una interacción más dirigida e intencionada. Dentro de las redes sociales podemos tener las siguientes prácticas que favorecen esta dinámica.

- **Grupos**

Permiten la creación de grupos y con ello la organización de círculos especializados para el trabajo colaborativo o el flujo e intercambio de información entre varias personas.

- **Chat**

Permiten la **comunicación sincrónica** a través de chat, por lo que quienes se han conectado pueden establecer la comunicación en tiempo real. También puede utilizarse para implementar cuestionamientos que abran la opinión o debate sobre un tema de interés o común.

- **Intercambio de información**

Las redes sociales son un espacio de constante flujo de información, por lo que permiten la creación de perfiles o espacios específicos. En ellos, se puede, compartir e intercambiar información de una forma más ágil.

- **Mensajería**

Favorecen la **comunicación asincrónica**, por lo que brindan a usuarias y usuarios un recurso más de comunicación que fortalezca los procesos de intercambio y construcción de conocimiento.

- **Creación de contenidos**

Brindan la libertad para crear contenidos tales como fotos, audios, vídeos y documentos. Estos contenidos pueden generarse con distintos fines: para atender una necesidad, para colaborar, para informar, para ofertar, entre otros.

- **En directo**

Es una opción de las redes para crear contenido e interacción inmediata, como un evento o promoción de algún servicio. Esto permite no solo el intercambio en tiempo real, sino la reacción inmediata y la posibilidad de tomar decisiones tempranas.

- **Redes**

Permite la creación y desarrollo de redes profesionales u empresariales, por lo que el contenido que se crea es acorde a lo que se desea trasmitir y está dirigido a un público sectorial y especializado. Quienes participan van segmentando o creando redes o grupos de personas para un fin común.

- **Repositorio**

Las redes sociales también son repositorios de contenidos: en ellas se puede buscar, consultar o compartir contenido de interés las veces que sea necesario, siempre que siga estando disponible en el espacio donde fue creado o compartido.

Rosa se preguntaba si es posible crear espacios de enseñanza aprendizaje en las redes sociales. La respuesta es sí, es posible crear ambientes de enseñanza y aprendizaje a través de las redes sociales. Estas han tenido la flexibilidad de adaptarse a cada contexto, y la comunidad de usuarios y usuarias ha transformado la forma de interacción a un enfoque más profesional, organizacional o empresarial.

4. CIERRE

4.1 Resumen

¿Qué le ha ocurrido a nuestra protagonista?

En esta unidad didáctica Rosa ha empezado a participar en las redes sociales tanto a nivel profesional como persona y ha aprendido a identificar los pros y contras que le ofrecen para poder divulgar su trabajo. Además, ha adquirido la capacidad de **reconocer tecnologías digitales para compartir información, datos y contenidos digitales**.

Rosa estaba en una encrucijada y ha podido resolverla aprendiendo a reconocer que las redes sociales no solo están vinculadas al espacio personal, sino que también puede

aprender, colaborar, compartir e informarse de diferentes temas que se van construyendo en las diferentes comunidades.

¿Y qué has aprendido a hacer?



En la siguiente unidad te invitamos a revisar otro medio tecnológico: el blog. Aquí podrás identificar características, propósitos y la forma cómo está estructurado.

Podrás también aprender a crear tu propio espacio para construir tus propios contenidos.

Además, podrás ver cómo Rosa conoce cada uno de los recursos que el blog posee y qué hace para generar su propio blog.

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 Referencias 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:

- Agencia Española de protección de datos. (17 de mayo de 2021) “*Internet y las redes sociales*”. Recuperado de: <https://www.aepd.es/es/areas-de-actuacion/internet-y-redes-sociales> [28/12/2021]
- Cornejo, M., & Tapia, M. L. (2011). *Redes sociales y relaciones interpersonales en internet*. Fundamentos en humanidades, 12(24), 219-229.
- De Haro, J. J. (2010). *Redes sociales en educación*. Educar para la comunicación y la cooperación social, 27, 203-216.
- Herrero, E., Ramos, F., Alcolea, G., Bustos, J., & Romero, M. C. (2014). *Las redes sociales y sus roles*.
- Instituto Nacional de tecnologías educativas y de formación del profesorado. (30 septiembre 2020) Campaña “*El control es tuyo, que no te controlen*”. Recuperado de: <https://intef.es/Noticias/campana-el-control-es-tuyo-que-no-te-controlen/> [28/12/2021].
- Lantarón, B. S. (2018). *Whatsapp: su uso educativo, ventajas y desventajas*. Revista de Investigación en Educación, 16(2), 121-135.
- Magro Mazo, C. (2015). *Educación conectada en tiempos de redes*. Ministerio de Educación.
- Vences, N. A. (2009). *Las redes sociales como herramienta educativa en el ámbito universitario*. RELADA-Revista Electrónica de ADA-Madrid, 3(3).