

Proyecto IDCAP: Mejorar la Competencia Digital en Personas Adultas

Número de Proyecto: 2018-1-PL01-KA204-051003



# Como compartir en Internet

Compartir a través de las tecnologías digitales





1. Introducción.....	3
2. Compartir en Internet .....	3
3. Redes sociales .....	4
4. Blogs .....	7
3.1 Elementos de un blog .....	10
5. Wiki.....	11
6. Foro .....	12
7. Aplicaciones de mensajería instantánea.....	14
7.1 Registro en aplicaciones de mensajería instantánea	17
8. Resumen .....	17
9. Bibliografía.....	18



# 1. Introducción

La comunicación es un elemento esencial de la conducta humana y gracias a Internet han surgido nuevas formas de comunicación que eran impensables hace algunos años, especialmente por permitir la comunicación en tiempo real sin importar el lugar ni la distancia, así como por la cantidad de información en diferentes formatos que se pueden compartir, como textos, videos, fotos, artículos...

Por este motivo, a lo largo de este módulo se va explicar algunas de las formas de comunicación más populares en Internet para compartir todo tipo de información, conocimientos, experiencias, opiniones, sentimientos, etc.

Los objetivos a alcanzar en este módulo son:

- Conocer los distintos medios o servicios para compartir en Internet.
- Reconocer las características propias de cada medio o servicio para compartir en Internet.
- Identificar las aplicaciones de mensajería instantánea.

## 2. Compartir en Internet

En la sociedad actual, Internet tiene una gran importancia en la vida de las personas, dado que permite a todos los usuarios crear y compartir contenidos, así como opinar y comentar sobre estos y cualquier otra información que encontremos en la red.

Gracias a esto, lo que comúnmente se conoce como el círculo cercano de una persona, aquellos individuos con quién la persona tiene más relación y con los que interactúa diariamente, ha cambiado, dejando atrás la concepción de que este círculo estaba formado principalmente por la familia y los compañeros de trabajo, para incluir en esta idea a todas aquellas con las que se comparten intereses a través de internet, ya sea sobre aficiones, trabajo, gustos o experiencias, creando a su vez comunidades dentro de la web.

Como origen de estas comunidades, a partir del surgimiento de la web 2.0 aparecieron diversos servicios y aplicaciones destinadas a que los usuarios compartan información sobre intereses comunes, experiencias o creen nueva información usando la web como medio conector.

Por lo tanto, a continuación, se comentarán los servicios y plataformas más comunes y usadas a día de hoy, así como sus características y sus tipologías, para compartir información a través de Internet, ya sean documentos, fotos, videos....

### 3. Redes sociales

Cuando se habla de compartir información en Internet, es imprescindible hablar de las redes sociales, ya que suponen el ejemplo más claro de lo que representa esta actividad y de cómo ha evolucionado Internet a lo largo de los años, es decir, de utilizar el internet solo como medio de consulta a ser una parte inherente de las personas y de su forma de comunicarse.

Una red social es un sitio web donde permite la comunicación en tiempo real entre distintos usuarios en un mismo espacio virtual, compartiendo información, fotos, videos o música al mismo tiempo que entablan una conversación o debate sobre algún tema.

Gracias a esto, las redes sociales cuentan con gran nivel de interactividad, dando lugar a una capacidad de contactar con otros prácticamente ilimitada y



en tiempo real, lo que ha permitido que ciertos contenidos se extiendan por todo el mundo con una velocidad impensable hace algunos años, llegando a todo tipo de gente, no solo académicos, sino también a la gente de la calle.

Esto último es una de las claves de las redes sociales, ya que las redes sociales cumplen diversas funciones:

- **Comunicación:** la cual permite comunicarse con otros usuarios o empresas de manera inmediata y en ambos sentidos, dando lugar a un diálogo fluido.
- **Compartir información:** es una función básica en cualquier red social se cumple perfectamente, al permitir intercambiar información de manera inmediata, así como debatirla y actualizarla en tiempo real.
- **Marketing:** las redes sociales han supuesto una evolución en como las empresas se relacionan con sus clientes, actuales y futuros, dado que les da la oportunidad de darse a conocer de una manera económica y masiva a su público objetivo, así como entablar una relación más cercana con ellos.
- **Entretenimiento:** por supuesto, una de las funciones de las redes sociales es el entretenimiento, y no solo para aquel usuario que actualice información de un tema por diversión, sino que directamente muchas redes sociales tienen juegos en los que es necesaria la colaboración de otras personas para avanzar.

Por otra parte, cuando se piensa en clasificar las redes sociales, hay que tener en cuenta que existen distintos factores a partir de los cuales se puede clasificar las redes sociales, pero de manera general se puede clasificar las redes sociales en dos tipos:

- **Redes sociales horizontales:** que son aquellas que reúnen a usuarios con múltiples intereses en común, con intención de entablar dialogo sobre estas de forma generalizada. Las más comunes son:
  - **Facebook:** es una red social creada en 2004 con el propósito de conectar a las personas, tanto cercanas como ubicadas en cualquier lugar del mundo, y compartir con ellas cualquier tipo de información, ya sea un documento, opinión, experiencias, fotos o videos, entre otros, de manera privada o pública.
  - **Twitter:** esta red social, desarrollada en 2006, se centra en los mensajes cortos y directos, ya que tiene un límite de palabras por mensaje, a los que se les puede añadir enlaces, fotos y videos, lo que favorece la publicación de hechos y noticias en el momento en que estos ocurren. Por lo tanto, esta red social se centra en mantener informados a los usuarios de los hechos más importantes en el día a día de la sociedad o de una persona.
  - **Instagram:** esta es la red social que se encuentra creciendo más rápidamente, por lo que se estima que en un futuro cercano será la principal red social en todo el mundo. Su éxito consiste en poder publicar, tanto en esta red social como en otras, fotos y videos con una gran variedad de filtros.
- **Redes sociales verticales:** estas son opuestas a las horizontales, ya que se centran en un foco de interés para todos los usuarios, entablando conversaciones para profundizar en el tema. Un ejemplo claro de estas redes sociales es:
  - **LinkedIn,** una red social centrada en el mundo laboral, en donde la información que se comparte está relacionada con el trabajo. En esta red social podrás contactar con aquellas personas y empresas relacionadas con tu puesto de trabajo, compartir



experiencias y opiniones, así como publicar tu currículum y buscar empleo.

## 4. Blogs

Un blog hace referencia a un diario personal, escrito por uno o varios autores, que se actualiza constantemente mediante entradas o post ordenados de manera cronológica, de manera que la última entrada es la primera en aparecer, la que está en la parte de arriba.

El término "blog" es la contracción de la palabra "web-log", palabra acuñada por Jorn Barger en 1997, la cual se comprimió en "weblog" y finalmente en la palabra que hoy todos conocemos. Pero esto no se queda solo ahí, dado que esta palabra ha evolucionado para definir ciertas funcionalidades propias del blog, como es el caso de "Blogging", el cual hace referencia al acto de escribir en un blog, o "Blogger", que es la persona la cual escribe el blog.

Pero lo que realmente hace interesante al blog es su capacidad de interactuar con los usuarios, ya que en cada entrada o post del blog permite a los usuarios comentar sus opiniones e intercambiar ideas con el blogger, dando lugar a una comunicación fluida entre ambos. De esta manera se crea una comunidad de usuarios con los mismos intereses y opiniones.

Además, el blog permite interconectar contenidos, ya que cada entrada o post se etiqueta con una, dos o más palabras clave relacionadas con el contenido que se trata, permitiendo así categorizar los contenidos y organizarlos por temáticas; así como enlazar con otros blogs, ya sean relacionados con la temática del blog o que simplemente sean del gusto del blogger. Y es que una de las grandes ventajas del blog es que el blogger puede hacer esto por diversión, para dar a conocer su marca personal o, a nivel empresarial, su marca corporativa, o incluso para ganarse la vida.



Gracias a todo esto, el blog da la sensación de calidez humana en un mundo tan frío como puede ser la web, y es por lo que tiene tantos seguidores y adeptos.

Los distintos tipos de blogs que nos podemos encontrar son:

- **Blog personal:** es aquel en el que un autor cuenta sus vivencias, experiencias, historias y pensamientos, normalmente en primera persona, a modo de diario. Este tipo de blog es el ideal para comenzar a introducirse en este mundo, ya que solo tienes que contar lo que te pasa en tu día a día, eso sí, de una manera que llame la atención a otros. En contra, si tu objetivo es ganarte la vida de este modo, este no es tu blog, ya que difícilmente conseguirás ganar dinero y son pocos los blogs de este tipo que han triunfado de esta manera.

Puede ser el tipo de blog más conocido y reconocible, ya que es gracias a esta tipología que los blogs aparecieron y se expandieron en la web.

- **Blog profesional:** podríamos decir que es la maduración de nuestro blog personal, dado que con este blog pretendemos darnos a conocer en el mundo laboral, por lo que nuestras entradas y post estarán orientadas al sector en el que nos movamos, así como a desarrollar nuestro currículum y experiencias.

En definitiva, el objetivo de este blog es promocionar nuestra marca personal, al fin y al cabo, todos somos productos en el mundo laboral, y vendérsela a futuros clientes y empresas.

Como contraposición, es importante mantener un ritmo mayor de publicaciones que en un blog personal, así como ofrecer un servicio de calidad a tus clientes.

- **Blog corporativo:** este es un blog creado por una empresa, mediante el cual, dicha empresa quiere aprovechar esa sensación de calidez

humana que ofrecen los blogs, lo que les permite crear una relación más estrecha con sus clientes, de manera que se vuelvan fieles a la marca y atraer nuevos clientes.

Para ello, estos blogs ofrecen información sobre la empresa, sus avances, ofrecen consejos relacionados con sus productos o su sector, etc.

En contra, estos blogs están poco extendidos actualmente y la temática de sus entradas no suelen dar mucho espacio a que los clientes opinen.

- **Blog DIY (Do It Yourself):** este es un tipo de blog que se ha puesto de moda en los últimos años, ya que la gente lo utiliza para mostrar cómo hacer algún tipo de manualidad por internet, como por ejemplo, aprender costura, cocinar o pintar entre otros.

En este caso, el tema de la monetización está relacionado más con la venta de los productos necesarios para realizar las manualidades, pero al estar de moda, también existen una gran competencia para ganar adeptos.

Crear un blog hoy en día no es complicado, dado que en internet puedes encontrar mucha información y guías sobre cómo construir tu blog.

Pero lo más importante del proceso es saber qué tipo de blog se quiere desarrollar y cuáles son tus objetivos con él, ya que esto condicionará como será el blog.

El otro paso fundamental en la creación de un blog es elegir que plataforma se va a utilizar, ya que existen una gran diversidad de ellas, con características y funcionalidades diferentes. De estas podemos destacar:

- **WordPress:** actualmente es la plataforma de blog por excelencia, dado su facilidad de gestión, su buen posicionamiento en buscadores, buena atención al cliente y se adapta a dispositivos móviles. Esta plataforma es

gratuita en wordpress.com, mientras que es de pago en wordpress.org, así que cuidado.

- **Blogger:** es una plataforma creada por Google para crear blogs y almacenarlos en la nube, por lo que no hay que pagar por hosting. No tiene tantas funcionalidades como Wordpress, pero es totalmente gratuito, fácil de usar, no hacen falta conocimientos previos y tienes acceso a otros servicios de Google.
- **Wix:** esta plataforma se creó originalmente para la creación de páginas web en la nube, pero también permite crear blogs, de una manera sencilla, con muchas plantillas para elegir, se adapta a dispositivos móviles y puedes elegir entre una opción gratuita o de pago.

### 3.1 Elementos de un blog

Los blogs comparten una serie de elementos que los diferencian de otros servicios de la web, así como los convierten en algo especial y llamativo para los usuarios, y es lo que permiten agruparlos en una mancomunidad, como es la blogosfera.

Estos elementos se pueden clasificar, de manera general, en dos niveles: superficial, en donde se recogen aquellos elementos relacionados con la estructura de un blog y su organización, en definitiva, como es la imagen del blog que se muestra a los usuarios; y profunda, centrada en los distintos tipos de contenidos podemos encontrar en un blog, como se relaciona con otros, etc.

A nivel superficial nos encontramos:

- **Cabecera:** es donde aparece el título del blog.
- **Cuerpo principal:** se encuentra debajo de la cabecera y es la parte más importante del blog, dado que es donde aparece las entradas y comentarios ordenados de manera cronológica.



- **Menú lateral:** este se sitúa en un lateral del blog y nos permite movernos rápidamente entre los posts del blog, así como por temáticas y fechas de publicación.
- **Pie del blog:** es donde se recoge la información sobre el servidor y la plantilla utilizada, así como otros datos que quiera proporcionar el autor.

A nivel profundo:

- **Contenidos:** son el propósito del autor del blog y se pueden presentar de diversas maneras, ya sea como texto, fotos o videos. La adición de nuevo contenido se denomina entradas o post, las cuales siempre van acompañadas de su fecha de publicación, su título y el contenido.
- **Comentarios:** es un elemento inherente a los blogs y lo que los hizo populares, dado que permite la participación de usuarios distintos al autor del blog, exponiendo sus opiniones, añadiendo información e iniciando debates, enriqueciendo la experiencia de ambos.
- **Enlaces:** permite crear enlaces dirigidos a entradas concretas para saber cuándo han hecho referencia a la misma, al mismo tiempo que permite conectar tu blog con el de otros, lo que da lugar a la blogosfera.

## 5. Wiki

El término "Wiki" proviene del hawaiano y significa "rápido", y fue utilizado por Ward Cunningham por primera vez en 1995 para referirse a páginas web cuyos contenidos pueden ser editados por múltiples usuarios desde cualquier lugar. Más concretamente, es un sitio web de construcción colaborativa, en donde los diversos usuarios pueden añadir, editar e incluso eliminar contenidos.

El ejemplo más claro de este servicio es "Wikipedia", un sitio web que recoge una enciclopedia libre y abierta, creada por Jimmy Wales y Larry Sanger en 2001, donde son los usuarios quienes crean y actualizan el contenido.



Este servicio es muy utilizado a nivel educativo, dado que posibilita la construcción de contenidos entre el profesorado y el alumnado, así como la creación de glosarios, compartir opiniones y experiencias, y el desarrollo de recursos educativos y textos escritos. De esta manera los alumnos y profesores pueden compartir la responsabilidad en la realización de proyectos.

Aunque pueden parecer lo mismo, los blogs y las wikis son diferentes, ya que mientras el blog suele tener un solo autor y los usuarios comentan, en las wikis todos los usuarios son autores que tienen un mismo nivel de autoridad. Además, en las wikis las entradas no están ordenadas cronológicamente y se pueden enlazar tanto interna como externamente.

Las características de una wiki son:

- La publicación inmediata de información usando solo el navegador web.
- El control de acceso y permisos de edición.
- Registro de los usuarios que modifican la información en la wiki.
- Acceso a las versiones anteriores a la última modificación, así como su restauración.
- Subir y almacenar documentos y todo tipo de archivos.
- Enlazar a páginas externas.

## 6. Foro

El concepto de foro viene de la antigua Roma, en donde la gente se reunía en un lugar concreto, fuera de las murallas, para hablar y discutir sobre un tema en concreto.

Esta idea de reunirse para hablar sobre un tema sigue vigente hoy en día, tanto de manera presencial, reunirse un grupo de gente en un edificio, como de

manera virtual, en donde la gente se conecta a un sitio web para debatir sobre un tema. Normalmente los foros son dirigidos por un moderador, tanto presencialmente, en donde se centra en que se respeten los turnos de palabra, como virtualmente, en donde es capaz de borrar intervenciones o vetar a participantes.

A diferencia de los foros presenciales, en los que la gente te puede ver físicamente, tus expresiones y tonos, en los foros de internet es importante tener bien definido tu perfil, dado que es la imagen que van a ver los demás de ti, lo cual te puede dar diversos beneficios como:

- Generar confianza hacia los demás.
- Darte a conocer como marca en tu sector.
- Escuchar las opiniones de usuarios relacionados con tu sector.
- Conocer a la competencia.
- Estar al día de las novedades.
- Contactar con personas influyentes.

Se pueden distinguir tres tipos de foros:

- **Foro público:** todos los usuarios pueden participar sin necesidad de registrarse, es decir, todos pueden leer y enviar mensajes.
- **Foro protegido:** solo los usuarios registrados pueden enviar mensajes, por lo que es necesario registrarse para intervenir en el debate.
- **Foro privado:** es creado por un administrador, por lo que es quien tiene la autoridad para aceptar a los participantes del debate, es decir, sin el permiso del administrador no puedes entrar en el foro.

## 7. Aplicaciones de mensajería instantánea

La Mensajería en Internet, denominada normalmente como mensajería instantánea, es, como su propio nombre indica, la capacidad de dos o más personas para comunicarse en tiempo real a través de las nuevas tecnologías.

Uno de los ejemplos más representativos de esta comunicación en tiempo real es el correo electrónico, que como se ha visto en la unidad anterior, ha gozado de gran popularidad durante muchos años, y se ha vuelto una herramienta indispensable para el trabajo y la vida cotidiana de las personas.

Sin embargo, el correo electrónico no es el único medio de mensajería en Internet, si no que existen otras muchas aplicaciones y programas que cumplen esta función. Es más, algunas de estas aplicaciones han alcanzado tal grado de aceptación en la sociedad en los últimos años que es impensable hoy en día que una persona no haga uso de estos programas en su quehacer diario.

- **WhatsApp:** Esta aplicación se desarrolló en 2009 con el objetivo de permitir al usuario enviar mensajes y compartir estados. Además, con el tiempo, la aplicación mejoró para poder compartir imágenes, videos, contactos e incluso la ubicación de la persona o de un lugar.

Dada su gran popularidad y difusión en la sociedad, como consecuencia de ser una de las primeras aplicaciones para móvil para el uso de mensajería instantánea, en 2014 fue comprada por Facebook.

Principales características de WhatsApp:

- WhatsApp es gratuita y se encuentra disponible en la PlayStore de los Smartphones con sistema operativo Android.

- No tiene publicidad, es decir, no muestra ninguna clase de anuncio.
  - Al no tener publicidad, la aplicación es más rápida que otras al no tener que cargar con este contenido.
  - Codifica los mensajes de manera que solo puedan ser leídos por el número de teléfono destinatario.
  - Permite conocer el estado del mensaje, es decir, si este se ha enviado, si ha llegado a su destino o si ha sido leído.
- **Hangouts:** Hangouts es una herramienta multiplataforma de mensajería que ofrece Google y una de sus principales ventajas es que te permite realizar videoconferencias tanto individuales como grupales. A grandes rasgos podemos clasificar dos clases diferentes de Hangouts:
    - **Videoconferencias privadas**, que admiten un número máximo de 10 participantes.
    - **Videoconferencias en directo** a través de YouTube que nos permite llegar a un número ilimitado de personas.

En febrero de 2019, Google anunció una nueva herramienta que trata de facilitar las cosas a las empresas. Esta herramienta es Hangouts Chat, es un herramienta de mensajería instantánea que trata de ayudar a grandes grupos de personas a terminar sus proyectos.

Las principales características de Hangouts Chats son:

- Ofrece salas virtuales con capacidad para 8.000 personas
- No todos los participantes son humanos, sino que hay chatbots.
- Los bots pueden obedecer órdenes que les demos.
- Solo está disponible para usuarios de G Suite.

- **Telegram:** es una aplicación de mensajería instantánea desarrollada en 2013 que busca arrebatarse a WhatsApp su dominio sobre este mercado. A pesar de que en número de usuarios WhatsApp arroja a Telegram, esta última va ganando popularidad poco a poco al ofrecer servicios y características muy parecidas a WhatsApp, así como ampliar algunas de estas capacidades.

Dado que Telegram comparte casi las mismas características que tiene WhatsApp, vamos a nombrar algunas de sus diferencias a favor de Telegram:

- **Dispositivos:** Telegram es capaz de funcionar en cualquier dispositivo, ya sea *Smartphone*, *tablet* u ordenador, mientras que WhatsApp no se ha desarrollado para trabajar en ordenadores. En consecuencia, WhatsApp ha creado una versión web para funcionar en el ordenador, sin embargo, necesitas tener una cuenta activa en el móvil para poder hacer uso de este servicio.
- **Consumo de Internet:** aunque ambas aplicaciones consumen poco Internet, una cantidad casi despreciable, el consumo de Telegram es casi la mitad que la de WhatsApp.
- **Grupos:** ambas aplicaciones ofrecen la opción de crear grupos dentro de la aplicación, sin embargo el límite de estos grupos varía significativamente entre ambas. WhatsApp permite grupos de hasta unas 250 personas, mientras que Telegram lleva este límite mucho más allá, hasta las 200000 personas.
- **Seguridad:** hemos hablado anteriormente de la gran codificación de WhatsApp, pero Telegram tiene la capacidad de borrar automáticamente conversaciones o chats secretos.

## 7.1 Registro en aplicaciones de mensajería instantánea

De un modo sencillo, se puede establecer que los programas de mensajería instantánea funcionan de la siguiente manera:

- En primer lugar, iniciar la sesión en la aplicación de mensajería instantánea que vas a usar, para ello introducirás tu usuario y contraseña. Normalmente, en los *Smartphone*, la sesión permanecerá abierta en todo momento, por lo que no tendrás que introducir tu contraseña cada vez que entre en la aplicación.
- El programa se conectará a un servidor a través de Internet y utilizando un protocolo específico de la propia aplicación.
- Dicho servidor identifica tu identidad.
- Crea un registro con tu conexión y de tu lista de contactos.
- Mediante este registro, el servidor puede conocer cuando tus contactos están utilizando la aplicación e informar de esta situación al programa, el cual te pasará esta información a ti, usualmente mediante la expresión "en línea".
- De igual manera, tus contactos sabrán cuando estas conectado a la aplicación y cuando no.
- Además, este registro permite al servidor conocer la dirección IP tuya y de tus contactos, por lo que cuando escribes un mensaje a uno de tus contactos, la aplicación sabe a dónde enviar dicho mensaje.

## 8. Resumen

A lo largo de este módulo se ha hablado sobre los distintos medios o servicios para compartir en Internet, entre los que se destacan las redes sociales, las cuales se definen como un sitio web donde permite la comunicación en tiempo real entre distintos usuarios en un mismo espacio virtual, compartiendo

información, fotos, videos o música al mismo tiempo que entablan una conversación o debate sobre algún tema.

Por otra parte, están los blogs, diarios personales en Internet, en donde se puede compartir toda la información relacionada sobre una temática en concreto, como por ejemplo, la vida personal, el trabajo, comida, arte, reciclaje, etc.

A continuación, se encuentran las wikis y los foros, en donde las wikis son sitios web donde un gran número de personas puede subir contenidos, su mejor ejemplo es Wikipedia, mientras que los foros son páginas web centradas en debatir y compartir opiniones.

Por último, están las aplicaciones de mensajería instantánea, las cuales permiten a dos o más personas comunicarse en tiempo real a través de sus Smartphones y de las nuevas tecnologías en general, sin importar la distancia que separe a ambas personas. Las más populares son WhatsApp, Telegram, Google Hangouts...

## 9. Bibliografía

- Anderson, P. (2007). *Entienda la Web 2.0 y sus principales servicios*. Eduteka: <http://eduteka.icesi.edu.co/articulos/Web20Intro>
- Cajal, M. (2017). *Qué es una red social: Tipos de redes sociales y para qué sirven*. Mabel Cajal, Marketing y turismo digital: <https://www.mabelcajal.com/2017/06/que-es-una-red-social-tipos-redes-sociales-para-que-sirven.html/>
- Rosillo Polo, A. (n.d.). *¿Qué son las redes sociales? ¿Para qué sirven? Funcionalidad e historia*. Ángel Rosillo Pollo: <https://www.angelrp.com/que-son-las-redes-sociales/>



- Gómez Salazar, A. (2009). *Foros de discusión en línea*. Universidad Icesi: <http://www.icesi.edu.co/blogs/egatic/2009/03/20/foros-de-discusion-en-linea/>
- Enrech, N. (2016). *Los foros: qué son, para qué sirven y como utilizarlos*. Enosocialmedia: <https://enosocialmedia.com/2016/04/18/los-foros-que-son-para-que-sirven-y-como-utilizarlos/>
- Lopez, B. (2019). *¿Qué es un Blog? La guía completa*. Ciudadano 2.0: <https://www.ciudadano2cero.com/que-es-un-blog/>
- Trabajo nómada (n.d.) *Tipos de Blogs en Internet ¿Con cuál te quedas?*: <https://trabajonomada.com/tipos-de-blog/>
- Euroresidentes (n.d.) *Partes y estructura de un Blog*: <https://www.euroresidentes.com/Blogs/Bitacoras/partes-blogs.htm>