

Unidad Didáctica 5

**Implicaciones prácticas de
la web 2.0 y las redes sociales
en diferentes ámbitos**

Contenido

1. Introducción
2. Implicaciones en el ámbito empresarial
3. implicaciones en el ámbito educativo

1. Introducción

La Web 2.0 y las redes sociales son fenómenos que, han supuesto un cambio radical en todos los ámbitos de la vida. A continuación realizaremos una breve descripción de lo que ha supuesto la aparición de las aplicaciones de la Web 2.0 en los dos ámbitos sociales que más se han visto afectados: el ámbito empresarial y el ámbito educativo.

Esta revolución se traduce en un cambio en la manera de entender diversos aspectos relacionados directamente, en el caso de la empresa, por ejemplo, con el marketing, la publicidad o con las relaciones sociales de sus empleados. En el caso de la educación, nos encontramos con la misma ocurrencia; nacen nuevos recursos educativos a través de espacios que nos ofrece la Web 2.0, que permiten participar al alumnado y relacionarse.

2. Implicaciones en el ámbito empresarial

Sin duda, el mundo de la empresa es uno de los que más ha asimilado e incorporado a su forma de gestión y desarrollo todo lo relativo a estrategias, herramientas, recursos y espacios 2.0, tanto lo orientado a los clientes como a los propios empleados.

2.1. Características de las empresas 2.0

Según José A. del Moral, en el blog de Alianzo, recoge las características fundamentales que deberían adornar a las empresas:



José Antonio del Moral es consultor experto en nuevas tecnologías y redes sociales. Fue el fundador de Ya.com, uno de los primeros portales de Internet. Además es fundador de Alianzo, una empresa que ofrece soporte a proyectos de comunicación online entre empresas y particulares.

Horizontalidad: [...] que haya las mínimas jerarquías posibles. Esto es obvio. El empleado de una empresa en la que manda el conocimiento sabe que él es una pieza clave de todo el entramado y, por tanto, debe exigir una mayor participación en todas las decisiones. Esto se debe traducir, sobre todo, en que sus posibilidades de expresarse sean totales. El jefe debe seguir existiendo pero debe ser una persona plenamente disponible, [...]. Al mismo tiempo, los empleados también deben absorber muchas más responsabilidades para justificar esa horizontalidad.

Diversión: La empresa no puede ser todo en la vida de sus personas. [...]. Sí, el empleado 2.0 quiere que su trabajo sea creativo y enriquecedor. Y eso es fundamental. [...].

Innovación: La empresa 2.0 debe estar permanentemente buscando nuevos retos. El empleado 2.0 es inquieto y abierto a explorar nuevas formas de hacer las cosas. Eso debe fomentarse desde la empresa. También los empleados 2.0 deben corresponder con un espíritu crítico que permanentemente les lleve a sugerir cambios y mejoras. [...].

Colaboración: La empresa 2.0 debe fomentar el trabajo en equipo, porque de él salen decisiones y productos mucho más ricos. Lo mismo respecto a su colaboración con el entorno y, sobre todo, con sus clientes y proveedores. También hay que reivindicar el trabajo individual. Probablemente la receta ideal consiste en mezclar colaboración e individualismo en las dosis necesarias para que la maquinaria funcione.

Transparencia: [...] esto resulta fundamental para cualquier organización 2.0 y está relacionado con la horizontalidad. Es importante que los empleados tengan toda la información necesaria para poder participar en las decisiones. [...].

Ciertamente, estas características harían de la empresa, una empresa ideal, aunque, si bien es cierto, es complicado de llevar a cabo. La tendencia general de las empresas va en esta línea, pero no sólo se ha de cimentar sobre un cambio de ideología desde la directiva, sino también desde los empleados quienes son la fuerza real a desarrollar para llevar a cabo estos cambios. Sus actitudes,

su forma de actuación, su implicación con el proyecto corporativo, etc., son elementos fundamentales para llegar al éxito.

Esta necesaria transformación hacia la 2.0, trae consigo otra acuciante necesidad y es la de analizar y escoger aquellas herramientas, recursos y estrategias de carácter, que pueden ayudar a la empresa en su desarrollo, en su evolución, en la implantación y ampliación de su imagen, producto, actividad, a una forma de aplicación donde el espacio virtual, on-line se está conformando como una cuestión esencial y una vía de desarrollo a tener en cuenta.

Espacios como la página Web, supone un auténtico escaparate para el servicio o producto de una empresa; un blog, puede ser un canal de información y comunicación con los usuarios de la empresa, además, de ser fiel reflejo de la filosofía de la misma, de su ideología y de sus estrategias; foros y chats, que junto con los blog, permiten interaccionar con los usuarios, resolver dudas y consultas, etc.; del mismo modo el correo electrónico es uno de los recursos más utilizados por los usuarios, espacios donde colocar documentos, catálogos, vídeos de la empresa, etc., constituyen un elemento que ofrece una imagen muy innovadora a la empresa.

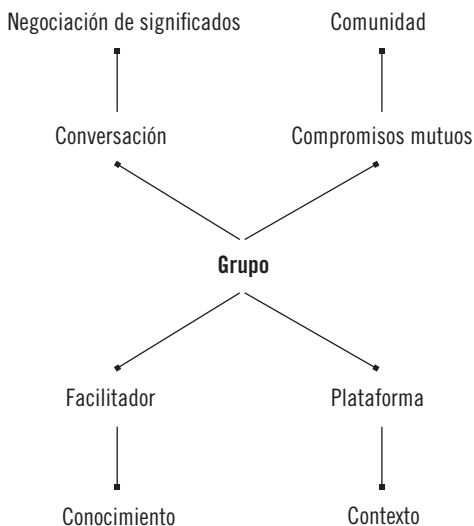
Todos estos espacios y recursos, requieren de la adquisición, por parte de directivos y trabajadores, de ciertas habilidades y conocimientos que hasta ahora no se había dado. Implica la actualización y reciclaje formativo constante de la plantilla. Todo tiene un lado menos motivante.

Por otra parte, la empresa ha visto en las redes sociales un recurso esencial, otorgándole un papel fundamental en su desarrollo hacia la empresa 2.0.

Las redes sociales implican un proceso de socialización del negocio, de la empresa, que va mucho más allá que simplemente crear un blog o un foro.

La idea de generar una empresa conlleva de forma implícita fomentar en los miembros de la misma, la implicación, la pertenencia y el sentido de comunidad. Aunque este proceso no es tan sencillo, no se consigue con tan sólo utilizar las herramientas disponibles.

Como miembro de la comunidad (tu empresa, tus clientes, tus compañeros, etc.), trae consigo la necesidad de compromiso con mi comunidad, estar abierto a la participación, promocionarla, ser accesible, generar confianza a los clientes, etc., y sobre todo entender que la comunidad es un ente vivo, que crece cada día, que está viva y que hay que atenderla.



Fuente: <<http://fernandotellado.com/redes-sociales-y-empresa-20/>>

Siguiendo lo que comenta Fernando Tellado en su blog, la **empresa 2.0**:

Ha de ser líder, innovadora, ha de estar un paso por delante en el negocio, y anticipándose a los movimientos de sus usuarios y comunidad.

De forma sintética, la empresa 2.0 se caracteriza, según establece lo recogido en el blog Web 2.0, por los siguientes aspectos:

Transforma sus operaciones y forma de trabajo, creando redes sociales entre clientes, empleados y asociados: Esto permite a que todos aquellos involucrados en los procesos ante y post venta estén comunicados. De esta manera cada uno puede aportar desde sus perspectivas mejorando el producto final.

Extiende su presencia y alcance más allá de los límites locales y regionales: Al estar conectados, usted es miembro de la red. Esto le da acceso a todos los hogares que poseen un ordenador. Sólo necesitará delimitar bien su público objetivo para realizar una campaña innovadora.

Converge voz, data y vídeo a través de un solo medio, Internet: Los medios de comunicación convencionales no permiten explotar todos los sentidos de las personas para que reciban su mensaje.

Utiliza blogs y wikis, para documentar en tiempo real la operación del negocio: Todas las personas interesadas en la empresa pueden enterarse de los acontecimientos o noticias en tiempo real sucedidos con relación a la organización.

Puede disfrutar de las ventajas competitivas de una empresa grande: El gran margen de acción que otorga el Internet permite elaborar estrategias y campañas de gran envergadura con bajos presupuestos. Anteriormente las estrategias más importantes eran exclusivas de las empresas grandes por su grande poder de inversión, pero con la web este mito está quedando en el pasado.

Libertad para sus empleados que pueden trabajar en cualquier lugar, sólo les basta estar conectados: El trabajo, años atrás, estaba destinado a una oficina gastando recursos innecesarios como alimentación, espacio y transportes. Con la web 2.0, las personas sólo necesitan tener conexión a Internet para desempeñar diversas funciones con la misma o mayor eficacia de antes.

2.2. Potenciales propuestas para la empresa 2.0

De forma concreta, y teniendo en cuenta las implicaciones vistas en los párrafos anteriores, en las empresas se están llevando a cabo estrategias de carácter 2.0, éstas son:

- Comunicación empresarial.
- Potenciación de la imagen corporativa.
- Campaña de difusión y publicidad.
- Comunicación con el cliente.
- Fidelización del cliente.
- Desarrollo de relaciones públicas.
- Crear y ampliar una red de contactos.

- Desarrollar una red de colaboración e intercambio de información con proveedores.
- Formación de grupos.
- Actualización e información de empleados, departamentos, etc.
- Colaboración con otras empresas.
- Encuentros con expertos y profesionales del mismo gremio.
- Desarrollo de estrategias de Networking.
- Planificación de estrategias de Marketing.
- Etc.

3. implicaciones en el ámbito educativo

El ámbito educativo ha sido uno de los campos, junto con al anteriormente visto, que más se ha visto modificado con la aparición de la Web 2.0 y las redes sociales.

Se están llevando a cabo numerosas experiencias relacionadas con estos temas, en los que las herramientas, aplicaciones y recursos están siendo incluidas en el ámbito educativo con el fin de enriquecer la experiencia formativa, buscando actualizar el mundo educativo, poniéndolo en línea con el resto de cambios que la sociedad está viviendo en todos los aspectos.

Las posibilidades que nos ofrece son muy numerosas y enriquecedoras. La Web 2.0 se ha convertido en un escenario educativo en el que se unen los usuarios, los medios, las herramientas y los servicios, contribuyendo a la creación de contenidos, potenciando la participación, buscando la interacción y posibilitando la conversación.

Estos elementos son clave para la aplicación de la Web 2.0 en el ámbito educativo.



Fuente: <http://www.dailymotion.com/video/x2ax7x_web-20-y-educacion_tech>.

La aparición de la Web 2.0 ha provocado en nuestro sistema educativo y en nuestros docentes, un cambio en el paradigma educativo, destacando el incremento en la utilización de Internet y sus diferentes funcionalidades, que buscan facilitar la máxima interacción entre los usuarios y el desarrollo de redes sociales (tecnologías sociales) donde puedan expresarse y opinar, buscar y recibir información de interés, colaborar y crear conocimiento (conocimiento social) y compartir contenidos.

Peré Marqués establece en su artículo *La Web 2.0 y sus aplicaciones didácticas*, que:

La Web 2.0 permite: buscar, crear, compartir e interactuar on-line. Constituye un espacio social horizontal y rico en fuentes de información (red social donde el conocimiento no está cerrado) que supone una alternativa a la jerarquización y unidireccionalidad tradicional de los entornos formativos. Implica nuevos roles para profesores y alumnos orientados al trabajo autónomo y colaborativo, crítico y creativo, la expresión personal, investigar y compartir recursos, crear conocimiento y aprender. [...] Sus fuentes de información (aunque no todas fiables) y canales de comunicación facilitan un aprendizaje más autónomo y permiten una mayor participación en las actividades grupales, que suele aumentar el interés y la motivación de los estudiantes.

Con sus aplicaciones de edición, profesores y estudiantes pueden elaborar fácilmente materiales de manera individual o grupal, compartirlos y someternos a los comentarios de los lectores.

Proporciona espacios on-line para el almacenamiento, clasificación y publicación/difusión de contenidos textuales y audiovisuales, a los que luego todos podrán acceder.

Facilita la realización de nuevas actividades de aprendizaje y de evaluación y la creación de redes de aprendizaje.

Se desarrollan y mejoran las competencias digitales, desde la búsqueda y selección de información y su proceso para convertirla en conocimiento, hasta su publicación y transmisión por diversos soportes.

Proporciona entornos para el desarrollo de redes de centros y profesores donde reflexionar sobre los temas educativos, ayudarse y elaborar y compartir recursos.

3.1. El atractivo de las relaciones sociales

Juan José de Haro, establece en su aportación *Herramientas para una educación 2.0* que:

Las redes sociales tienen un enorme atractivo en el aspecto personal y de relación por parte del que las usa. [...]. Tienen el innegable valor de acercar el aprendizaje informal y el formal. Ya que permiten al alumno expresarse por sí mismo, entablar relaciones con otros, así como atender a las exigencias propias de su educación.



Nota

Juan José de Haro es profesor y coordinador TIC. Destaca por la elaboración de su blog sobre Calidad e Innovación en Educación Secundaria. Ha escrito un libro titulado *Redes sociales para la educación*, donde se describe el marco teórico para su uso educativo y se tratan con gran detalle los servicios de redes sociales existentes en la actualidad.

Define, además, el potencial de las redes sociales en el ámbito educativo, estableciendo que sería un error que los docentes ignorasen este tipo de herramientas en el desarrollo de su docencia.

Las redes sociales son un espacio muy atrayente para los alumnos, pues basan su éxito en la capacidad que tiene de transmitir lo personal ante los otros. Algo que adquiere especial relevancia entre los adolescentes.

3.2. El trabajo de clase en las redes sociales

Uno de los aspectos que más se pueden desarrollar a través de las redes sociales son los grupos de trabajo.

De Haro determina que:

La posibilidad de crear tantos grupos de alumnos como se desee facilita la coordinación, el contacto entre unos y otros, la colaboración, el compartir materiales y la creación de productos digitales. [...] donde el sistema para pertenecer al grupo así como la moderación en la creación de los grupos es configurable según las necesidades del momento.

Este trabajo se ve enriquecido por la numerosa y muy diversa información, pudiendo trabajar y manejar un amplio abanico de tipologías. Podemos ir desde documentos en forma de texto, imágenes, sonidos, blogs hasta presentaciones, etc.

También, este mismo autor, reseña algunos de los **beneficios** que nos puede aportar una red social creada para trabajar con los alumnos:

- Permite centralizar en un único sitio todas las actividades docentes, profesores y alumnos de un centro educativo.
- Aumenta el sentimiento de comunidad educativa para alumnos y profesores debido al efecto de cercanía que producen las redes sociales.

- Mejora del ambiente de trabajo al permitir al alumno crear sus propios objetos de interés, así como los propios del trabajo que requiere la educación.
- Aumenta la fluidez y sencillez de la comunicación entre profesores y alumnos.
- Incrementa la eficacia del uso práctico de las TIC, al actuar la red como un medio de aglutinación de personas, recursos y actividades. Sobre todo cuando se utilizan las TIC de forma generalizada y masiva en el centro educativo.
- Facilita la coordinación y trabajo de diversos grupos de aprendizaje (clase, asignatura, grupo de alumnos de una asignatura, etc.) mediante la creación de los grupos apropiados.
- Aprendizaje del comportamiento social básico por parte de los alumnos: qué puedo decir, qué puedo hacer, hasta dónde puedo llegar, etc.

3.3. Potenciales estrategias para la educación

Podemos, por tanto, establecer numerosas propuestas para trabajar en clase, no sólo con las redes sociales, sino con las herramientas Web 2.0.

Algunas sugerencias para los grupos pueden ser, por ejemplo:

- **Grupos de clase para tutoría:** donde el tutor dé avisos relacionados con la misma o se establezcan diálogos sobre los temas que se consideren oportunos.
- **Grupos para asignaturas concretas:** donde el profesor ponga los deberes, el blog de su clase (que puede ser externo o interno a la red), las notas de los exámenes o los alumnos hagan preguntas sobre la materia.



Profesora explicando a sus alumnos los contenidos del blog de la materia que imparte

- **Grupos de unos pocos alumnos:** para que estén en contacto mientras realizan trabajos temporales en alguna asignatura.
- **Redes de estudiantes:** a partir de determinada edad, cada grupo de clase y con la colaboración del profesor, se podría constituir en comunidad virtual de aprendizaje, multiplicando así las oportunidades de aprendizaje. Estas redes, tanto en la enseñanza presencial como a distancia, constituyen un poderoso recurso educativo de apoyo para los estudiantes.
- **Comunidades virtuales de profesores:** las comunidades virtuales de profesores (o de agentes educativos en general) suponen un magnífico medio de formación continua y de obtención “in time” de apoyos cognitivos y emotivos: compartir experiencias y problemas, buscar soluciones y recursos, etc.

Las propuestas de uso dadas, se verán enriquecidas al ir acompañadas de las múltiples herramientas, recursos y aplicaciones que desde la Web 2.0 nos vienen dadas, y que se pueden incorporar con gran facilidad a las redes sociales, haciendo de estas herramientas espacios complementarios.

Este nuevo escenario nos está ofreciendo numerosas oportunidades para cambiar y mejorar la educación, para desarrollar nuevos sistemas y metodologías para la educación apoyada en estos espacios.



1. José Antonio del Moral, en el blog Alianzo, recoge las características fundamentales que deberían adornar a las empresas. Una de estas características es la horizontalidad. Explica en qué consiste.

2. En las empresas se están llevando a cabo estrategias de carácter 2.0. Enumera al menos siete de ellas.

3. ¿Qué beneficios, según Juan José de Haro, puede aportar una red social creada para trabajar con los alumnos? Explícalos.

4. Entre las propuestas para trabajar en clase, no sólo con las redes sociales, sino con las herramientas Web 2.0, destacamos: los grupos de clase para tutorías, grupos para asignaturas concretas, grupos de unos pocos alumnos, redes de estudiantes y

5. Índica cuál de las siguientes afirmaciones es falsa.

- a. Espacios como la página Web, supone un auténtico escaparate para el servicio o producto de una empresa;
- b. En las empresas, los foros y chats, junto con los blog, permiten interactuar con los usuarios, resolver dudas y consultas.
- c. En las empresas, el correo electrónico es el recurso más utilizado por los usuarios.



1. José Antonio del Moral, en el blog Alianzo, recoge las características fundamentales que deberían adornar a las empresas. Una de estas características es la horizontalidad. Explica en qué consiste.

Horizontalidad: que haya las mínimas jerarquías posibles. Esto es obvio. El empleado de una empresa en la que manda el conocimiento sabe que él es una pieza clave de todo el entramado y, por tanto, debe exigir una mayor participación en todas las decisiones. Esto se debe traducir, sobre todo, en que sus posibilidades de expresarse sean totales. El jefe debe seguir existiendo pero debe ser una persona plenamente disponible, [...]. Al mismo tiempo, los empleados también deben absorber muchas más responsabilidades para justificar esa horizontalidad.

2. En las empresas se están llevando a cabo estrategias de carácter 2.0. Enumera al menos siete de ellas.

- Comunicación empresarial.
- Potenciación de la imagen corporativa.
- Campaña de difusión y publicidad.
- Comunicación con el cliente.
- Fidelización del cliente.
- Desarrollo de relaciones públicas.
- Crear y ampliar una red de contactos.
- Desarrollar una red de colaboración e intercambio de información con proveedores.
- Formación de grupos.
- Actualización e información de empleados, departamentos, etc.
- Colaboración con otras empresas.
- Encuentros con expertos y profesionales del mismo gremio.
- Desarrollo de estrategias de Networking.
- Planificación de estrategias de Marketing.
- Etc.

3. ¿Qué beneficios, según Juan José de Haro, puede aportar una red social creada para trabajar con los alumnos? Explicálos.

- Permite centralizar en un único sitio todas las actividades docentes, profesores y alumnos de un centro educativo.
- Aumenta el sentimiento de comunidad educativa para alumnos y profesores debido al efecto de cercanía que producen las redes sociales.
- Mejora del ambiente de trabajo al permitir al alumno crear sus propios objetos de interés, así como los propios del trabajo que requiere la educación.
- Aumenta la fluidez y sencillez de la comunicación entre profesores y alumnos.
- Incrementa la eficacia del uso práctico de las TIC, al actuar la red como un medio de aglutinación de personas, recursos y actividades. Sobre todo cuando se utilizan las TIC de forma generalizada y masiva en el centro educativo.
- Facilita la coordinación y trabajo de diversos grupos de aprendizaje (clase, asignatura, grupo de alumnos de una asignatura, etc.) mediante la creación de los grupos apropiados.
- Aprendizaje del comportamiento social básico por parte de los alumnos: qué puedo decir, qué puedo hacer, hasta dónde puedo llegar, etc.

4. Entre las propuestas para trabajar en clase, no sólo con las redes sociales, sino con las herramientas Web 2.0, destacamos: los grupos de clase para tutorías, grupos para asignaturas concretas, grupos de unos pocos alumnos, redes de estudiantes y comunidades virtuales de profesores.

5. Indica cuál de las siguientes afirmaciones es falsa.

- a. Espacios como la página Web, supone un auténtico escaparate para el servicio o producto de una empresa;
- b. En las empresas, los foros y chats, junto con los blog, permiten interaccionar con los usuarios, resolver dudas y consultas.
- c. **En las empresas, el correo electrónico es el recurso más utilizado por los usuarios.**