

Referencia:

Castañeda, L.; González, V. & Serrano, J.L. (2011) Donde habitan los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales. En Martínez, F. y Solano, I. Comunicación y relaciones sociales de los jóvenes en la red. Alicante: Marfil. pp 47-63

Capítulo 3:

Donde habitan los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales

Linda Castañeda Quintero
Víctor González Calatayud
José Luis Serrano Sánchez

Universidad de Murcia

1. Un mundo por clarificar...

Y tal parece que el mundo despertó enredado.

Si en el año 2009 se hablaba de un aumento en el uso de las llamadas redes sociales de más de un 500%, entre los usuarios de 16-24 años, y de más de un 300%, entre los de 25 a 34 (Fundación Telefónica, 2009); en 2011 se dice que más de un 80% de los internautas de entre 16 y 45 años en España tiene un perfil activo en al menos una red social (The Cocktail Analysis, 2011), habitualmente, Facebook.

Los jóvenes asumen la Internet, o mejor, la Web (ya que parece que Internet tiene una clara tendencia a la invisibilidad entre sus usuarios), como parte habitual de su entorno, como una calle más de sus ciudades y barrios; ellos “residen” en la red (White, 2008), y de este espacio para residir son las redes sociales probablemente su rincón favorito; no en vano el 69% de los menores españoles de entre 10 y 18 años tiene un perfil en, al menos una red social, y el 35% en más de una. (Bringué y Sadaba, 2011).

Parece evidente que en el mundo de hoy los ciudadanos se encuentran permanentemente enredados, y en un mundo como ese, la educación se ve envuelta inexorablemente por esos hilos.

Como consecuencia de dicho “despertar”, las redes sociales, su definición, historia, potencial, e incluso las aplicaciones educativas que se desarrollan en ellas, o las repercusiones sociales de su uso, entre otras, han sido tema de interés reciente en la bibliografía especializada de tecnología y educación (una muestra evidente en la bibliografía de este capítulo). No obstante, da la impresión que cuando más definido parece que empieza a estar un campo de interés, más flecos para trenzar quedan en las esquinas; no en vano hablamos de un campo extraordinariamente rico en posibilidades -las redes sociales- que parece deliciosamente embebido por otro más sugerente si cabe, la Web Social misma.

Así, si bien se han hecho aproximaciones bastante interesantes sobre la naturaleza de las redes sociales, algunas discusiones más o menos recientes sobre la misma, mantienen algunas inquietudes que empañan hasta cierto punto este campo de trabajo. Y creemos que tales inquietudes, lejos de ser una mera discusión semántica, tienen consecuencias directas en lo que se refiere a la forma en la que entendemos que las diferentes aplicaciones y herramientas de este mundo de redes en el que nos situamos tienen, y que, clarificarlo, puede aportar un poco de luz adicional a este camino lleno de inmensas posibilidades.

Es por ello que en este trabajo pretendemos abundar en dos aspectos simples pero, a nuestro juicio, relevantes: la clarificación del término *redes sociales* para el momento presente a través de una revisión de literatura y un análisis casi anatómico de las mismas.

2. Redes sociales y su definición hoy, revisión de literatura.

Si bien es verdad que las redes sociales, en tanto que concepto sociológico, han acompañado a la humanidad prácticamente desde que existimos como seres sociales (concepto sociológico de *red social*), lo cierto es que el surgimiento de las *redes sociales online*, va muy ligado a la evolución que se ha producido en Internet las dos últimas décadas.

En el inicio de la Web el contenido era expuesto y gestionado por una persona y el resto de usuarios se convertían en consumidores pasivos de ese medio (MacManus y Porter, 2005; Castañeda y Sánchez, 2009). A dicha Web, donde los internautas accedían a la información de igual forma que lo hacen con los medios de masas, se le ha atribuido el nombre de *Web 1.0*. Sin embargo, el estallido de la burbuja tecnológica en 2001 marcó un momento crucial y puso de manifiesto el cambio a lo que conocemos ahora como *Web 2.0* (Dinucci, 1999; O'Reilly, 2004), un nuevo medio que permite a los usuarios participar de una manera activa en la creación y organización de los contenidos. La Web se convierte en una herramienta de fácil publicación (Ribes, 2007), llegando a un modelo en el que prima la información compartida (Prendes y Castañeda, 2006) y la inteligencia colectiva entendida como la inteligencia que surge de la colaboración y la concurrencia de muchos individuos (Adell, 2010).

Además, hablamos de una nueva Web en la que no sólo los documentos están en la red, sino que el software de creación de dichos documentos también lo está a modo de servicio a disposición de los usuarios –incluso de aquellos que no tienen grandes habilidades en el uso de la tecnología– (Crespo y García, 2010), lo cual multiplica las posibilidades de estos usuarios, para crear, mezclar y publicar información. La “nueva” Web –la Web 2– contribuye a un cambio de actitud en la manera de utilizar Internet por parte de los usuarios, animándoles a pasar de su rol habitual de consumidores pasivos a creadores activos (Adell, 2010), los *prosumers* de Toffler¹.

En paralelo a esta transformación de la red, y al cada vez más evidente protagonismo de un creciente número de usuarios de la misma, se empieza a potenciar de forma extraordinaria, las relaciones entre dichos usuarios. Así, surgen diversas herramientas

¹ Alvin Toffler define el término *prosumer* como una mezcla entre productor y consumidor en su libro *The Third Wave* publicado en el año 1980.

y estilos de uso de la red que potencian las relaciones entre las personas, y es aquí, en esta tendencia que empieza a convertir por fin Internet en una red de personas REAL, donde podemos situar el nacimiento de las *Redes Sociales (RS)*.

Ahora bien, hablamos de casi una década de cambios tras la cual es difícil reconocer nada en su sitio original. Por eso creemos que, ya que estamos en un momento en el que son muchos los autores que intentan dar una explicación de qué son y en qué consiste las RS, es el momento ideal para hacer una revisión de la misma.

Seguramente, la definición de Red Social más utilizada dentro de la bibliografía actual (literatura científica y también en la blogosfera) es la que propusieron *Danah Boyd y Nicole Ellison* en su artículo "*Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*" del año 2007. Tal como las describieron estas dos autoras, las redes sociales eran servicios basados en la Web que permitían a los individuos (1) construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, (2) articular una lista de usuarios con los que compartir, y (3) ver y explorar esa lista de conexiones y otras realizadas por otros usuarios dentro del sistema (Boyd y Ellison, 2007). Esos aspectos básicos, fueron ya definidos por Boyd en una entrada de su blog en el año 2006 (Boyd, 2006), entrada en la que hace alusión a esos mismos tres aspectos definitorios de lo que es –era- una red social: tener un perfil, articular una red social pública y realizar comentarios semipúblicos.

Además de ser la definición más utilizada en muchos trabajos (Alen, 2008; Lockyer y Patterson, 2008; Griffith y Liyanage, 2008; Kent, 2008; Flores, Morán y Rodríguez, 2009; Rahoni y Hock, 2010), también la definición de Boyd y Ellison ha servido como base para formular definiciones posteriores de otros autores. Así, por ejemplo, Subrahmanyam et al. (2008) entienden que las RS son unas *herramientas de comunicación online* (no servicios) que permiten a los usuarios crearse perfiles públicos o semipúblicos, crear y ver el suyo propio como el de otros miembros de la red social, e interactuar con gente en su red.

Otras definiciones, que no se basan literalmente en la de Boyd y Ellison, pero que siguen la misma estela de su definición -una herramienta que permite tener un perfil, una lista de usuarios y explorar la lista de conexiones-, son la de Benevenuto et al. (2009), quienes afirman que a través de las RS los usuarios se conectan entre sí, comparten y buscan contenido, y difunden información; la de Childnet International (2008), que define las RS como espacios sociales diseñados para facilitar la comunicación, la colaboración y el intercambio de contenidos a través de redes de contactos y con las que los usuarios pueden administrar, construir y representar a sus redes sociales en línea; o la de Kaplan y Haenlien (2009), que las describen como las aplicaciones que permiten a los usuarios conectarse mediante la creación de perfiles personales de información, invitando a amigos a ver su perfil, y enviar correos electrónicos y mensajes instantáneos entre sí.

La cuestión es que todas esas definiciones y la base de esos tres principios como definitorios de lo que es una red social nos resultan claramente insuficientes, especialmente si tenemos en cuenta la evolución tecnológica de los últimos años, tanto en lo que se refiere a la historia de las redes sociales, como en lo que alude a la Web 2.0 en general.

Pongámonos en situación. La definición de Boyd y Ellison parte de la formulada por Boyd en su blog el año anterior (2006). El año 2006 es el año en el que Facebook -el ejemplo paradigmático de este tipo de aplicaciones- hace su aparición abierta a todos los internautas, además del año donde Myspace se convierte en la Web más popular del mundo (Castañeda y Sánchez, 2010). Incluso, decimos que la mayoría de las redes sociales modernas fueron creadas entre los años 2003 y 2004. La cuestión es ¿desde entonces todo ha seguido igual?, la respuesta evidente es que no.

Si nos fijamos en la evolución de las diversas herramientas de lo que llamamos Web 2.0 nos daremos cuenta de que, la mayoría de ellas, surgieron en un principio simplemente como herramientas de publicación fácil, normalmente asociada a un perfil (Youtube <http://www.youtube.com>, Blogger <http://www.blogger.com>, Wordpress <http://www.wordpress.com>, Flickr <http://www.flickr.com>, Picassa <http://picasa.google.com>); pero con la llegada y el éxito de “lo social” de las redes sociales (perfiles conectados, mensajes y comentarios interpersonales), muchas de aquellas herramientas de publicación fueron incorporando a sus utilidades esas características de “socialización”. Así, algunos estudios como el de The Cocktail Analysis (2011, 10) nos hablan de que “la capa social invade los espacios Web: todo se vuelve social y definir qué es red social se vuelve aún más complejo”, casi todas las herramientas de la Web 2.0 tienen hoy esa capa social (incluso los *Learning Management Systems* la tienen), una capa que nos permite crear un perfil, articular una red pública o privada y hacer comentarios en ese perfil. En consecuencia, y si siguiésemos hoy usando la definición de Boyd y Ellison y sus tres básicos de las redes sociales, diríamos que la práctica totalidad de las herramientas de la Web 2.0 son redes sociales, y lo cierto es que no.

Coincidimos con los trabajos de Beer (2008) y Fuchs (2009), cuando plantean la necesidad de avanzar hacia una definición y clasificación de todas las herramientas que se han ido y van a ir surgiendo en el entorno red, y que podríamos convenir en incluir en el paraguas de *herramientas de la Web 2.0*. Así, creemos, junto con estos autores, que las redes sociales forman parte de esta categoría de herramientas pero que presentan particularidades.

Una definición que empieza a diferenciarse de las anteriores introduciendo una mayor especificidad es la que se nos ofrece en el informe de INTECO (2009, 38) considerando que las redes sociales online “son servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil, desde el que hacer públicos datos e información personal y que proporcionan herramientas que permiten interactuar con otros usuarios y localizarlos en función de las características publicadas en sus perfiles”. En esta definición se focaliza en dos aspectos claves para poder distinguir las RS de otros sitios Web, la creación de un perfil por los que se organiza la red social y la comunicación entre los usuarios.

Si seguimos con definiciones más concretas nos encontramos con la expuesta por De Haro (2010) en la que establece que las RS son aquellos servicios que permiten construir un perfil propio, se puede establecer conexiones con otras personas con las que se forman la red de contactos, entrar en comunicación directa con ellos y donde el servicio no está especializado en un producto específico sino que simplemente se caracteriza por intentar poner en contacto a la gente de manera general. Se trata, por

tanto, de servicios sin más especialización que la de poner en contacto personas entre sí a través de diversos medios, y por ende, uno de los criterios que nos permite diferenciar a las RS de otros sitios Web.

En esta línea, creemos que la definición propuesta en un trabajo reciente (Castañeda y Gutiérrez, 2010) incluye desde nuestro punto de vista una buena definición de lo que son las redes sociales y las diferencia de otras herramientas 2.0 o que tienen una “red social subyacente”.

Así, en dicho trabajo se indica que las *redes sociales* son “aquellas herramientas telemáticas de comunicación que tienen como base la Web, se organizan alrededor de perfiles personales o profesionales de los usuarios y tienen como objetivo conectar secuencialmente a los propietarios de dichos perfiles a través de categorías, grupos, etiquetados personales, etc., ligados a su propia persona o perfil profesional” (p. 18), y es esta misma característica la que les diferencia de las demás herramientas: el centro de su interés –los nodos de la red- NO son, ni la experiencia de las personas en un contexto concreto (*herramientas de lifestreaming* que mencionan las autoras), ni los artefactos u objetos digitales que comparten (*social media*); en las *redes sociales* los nodos son las personas.

Así, cuando surge una de las polémicas más manidas de los últimos tiempos sobre si una herramienta de microblogging -Twitter en concreto²- es o no una red social, debemos convenir con la directiva de Twitter en que NO lo es. Aunque efectivamente responda a la definición clásica de Boyd y Ellison, como hemos dicho antes responde a ella como la inmensa mayoría de las herramientas de la Web 2.0, pero el centro de sus nodos no son las personas, sino los mensajes que comparten, a través de ellos llegan a las personas, esos mensajes son el centro principal de su interés.

A través de las redes sociales conseguimos hacer plausible la teoría de los 6 grados de separación, actuando como ampliadoras de nuestras propias posibilidades, combinando a todos nuestros contactos potenciales para que nos sean de utilidad. Por tanto, la base en la que se fundamenta las RS es en la red en sí misma, las características de los usuarios con los que se conectan en su red y aquello que aporta a tu red de contactos el perfil de esa persona concreta.

3. Anatomía de una red social

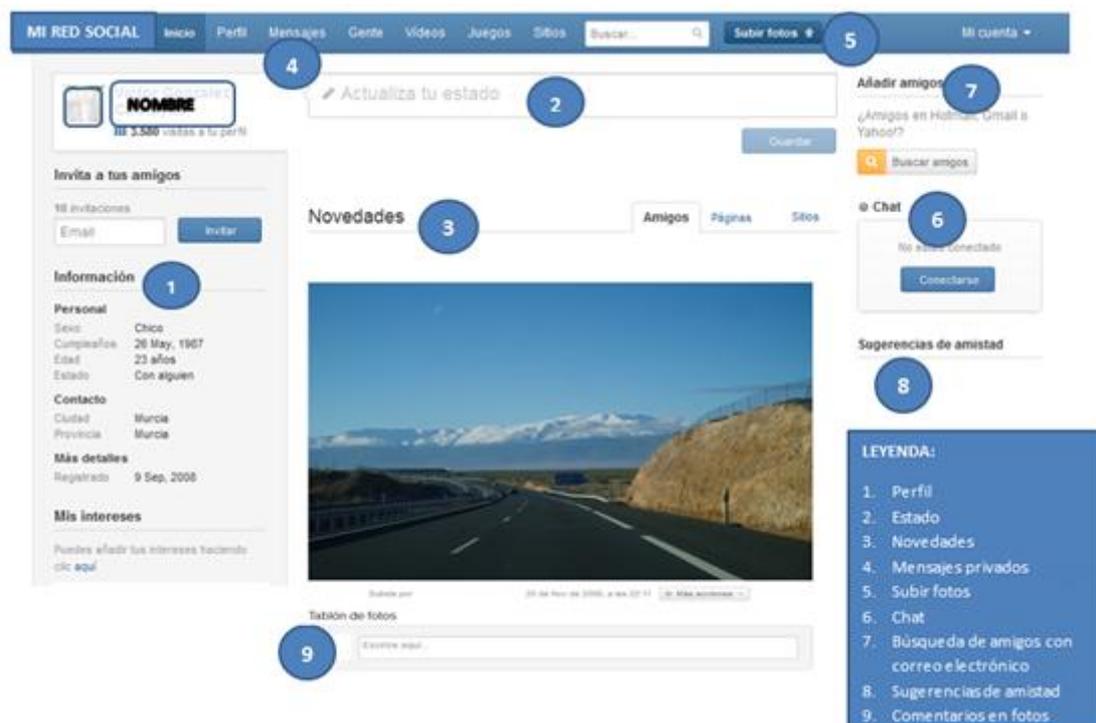
Partiendo pues de la definición anterior y del énfasis de la misma, decimos que las redes sociales son sitios organizados en torno al perfil de las personas, y la mayoría de dichas redes sociales se caracterizan por permitir a los usuarios desarrollar en un mismo espacio las acciones principales que se realizan con frecuencia mediante diferentes herramientas de publicación, pero además permiten, compartir documentos, comunicarse de manera síncrona y asíncrona, compartir enlaces, vídeos, fotos, archivos de audio, crear grupos para facilitar la comunicación entre un colectivo determinado, e incluso evaluar y comentar recursos existentes en la red o publicados por otros usuarios; una infinidad de posibilidades que resulta interesante tener en

² parte de la polémica la podemos leer en la entrada de blog “Twitter sí es una red social” de Jose Antonio Gallego en <http://www.comunidadenlared.com/2011/02/26/twitter-si-es-una-red-social>

cuenta desde casi cualquier contexto (Castañeda y Gutiérrez, 2010; Crespo y García, 2010).

¿Pero cómo se organizan todas esas aplicaciones en una red social?

Si echamos un vistazo en la mayoría de redes sociales³, podemos comprobar cómo existen una serie de rasgos comunes o que se repiten en la mayoría de ellas.



Anatomía de una red social

Así, en primer lugar nos encontramos con el corazón de las redes sociales, el perfil. El perfil es obligatorio en todas las redes sociales, y la información que en él se muestra varía principalmente por lo que quiera exponer el usuario.

La segunda característica más repetida, al igual que necesaria, son las herramientas de búsqueda, que permite buscar a gente nueva para ir aumentando la red social propia, o para buscar otras cosas, como por ejemplo distintos grupos de nuestro interés. Además, suele ofrecernos la posibilidad de buscar contactos en la red a través de las direcciones incluidas en nuestra agenda de direcciones del correo electrónico, además, como no, de sugerirnos amistades según nuestros intereses, contactos y grupos a los que pertenezcamos.

Un objetivo fundamental dentro de las redes sociales es la comunicación entre los distintos usuarios. Para ello, las distintas redes sociales nos ofrecen una amplia variedad de herramientas con las que comunicarnos. En este sentido, encontramos los mensajes privados que encontramos en todas las redes sociales. En esta misma línea,

³ Para este apartado hemos analizado los componentes principales de las redes sociales que aparecen en las tablas 1 y 2 incluidas en el apartado 5.2, considerando cuáles de los componentes aparecen más frecuentemente.

nos encontramos con el chat que se encuentra en la mayoría de las redes y nos permite también la comunicación directa con un usuario sin que el resto vea los mensajes.

La mayoría de redes sociales permiten a los usuarios expresar, en unas pocas palabras, su estado de ánimo, algún comentario sobre algo que le ayude sucedido o cualquier otra cosa que se el usuario crea oportuno. Otros de los recursos que ofrecen las redes sociales en su mayoría es la posibilidad de subir fotos a la web. Además, a dichas fotos se permite anexarle etiquetas sobre los eventos o sobre las personas incluidas en ellas, incrementando de esta manera las relaciones entre los sujetos.

Cada vez son más las redes sociales que incorporan también la posibilidad de subir vídeos o de enlazarlos desde otras herramientas de publicación especializadas como YouTube. Las redes sociales también permiten establecer comentarios a esas fotos y vídeos que cada usuario sube.

Otro de los recursos que nos ofrecen la mayoría de redes sociales es la posibilidad de crear grupos dentro de la misma, grupos que pueden ser de muy distinta índole. También encontramos en el conjunto de redes sociales la posibilidad de crear eventos en los que se pone información sobre un hecho o cualquier cosa de la que se quiera informar y se le hace llegar a otros usuarios a los que le puede ser de interés o no. Finalmente decir que cada vez más se introducen en las redes sociales la posibilidad de disfrutar de una serie de juegos y aplicaciones.

4. Herramientas, servicios y sitios de red social: aclaraciones del campo semántico

Sin embargo, llegados a este punto, una de las conclusiones que hemos extraído tras revisar parte de la literatura, es que en la teoría existe una confusión francamente interesante a la hora de clasificar de forma coherente a las redes sociales online. Redes verticales, personales, puras, abiertas, cerradas, servicios de red, herramientas de red, y un sinfín de términos confunden a los usuarios y, tal grado de confusión empaña el entendimiento que tenemos del panorama de posibilidades que nos ofrecen las redes sociales. Por ello, nuestra finalidad en este momento del capítulo es ofrecer al lector la posibilidad de salir de esta maraña de ideas y conceptos, partiendo de lo estudiado hasta el momento.

No pretendemos aumentar el nivel de confusión terminológica, por lo mismo nos remitiremos a palabras ya usadas en la literatura científica relacionada, pero intentando clarificar su significado.

La distinción básica que realizaremos será entre redes sociales *verticales* y *horizontales*. Y en el proceso de definición de las mismas desenredaremos tres conceptos clave que están siendo usados con relativa frecuencia y sin demasiado cuidado: *herramientas de red social*, *sitios de redes sociales* y *servicios de redes sociales*

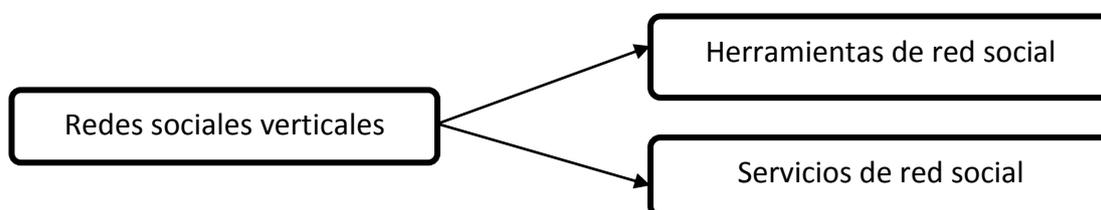
4.1. Redes sociales verticales

Decimos que las redes sociales verticales son software que nos permite la creación de sitios de red social, bien sea a través de una aplicación instalable y o basado en la Web.

Suelen servir para crear redes sociales que giren alrededor de un contenido o temática común a todos los usuarios (De Alsola, 2008). Según De Haro (2010), estas redes sociales pueden aislarse totalmente de otros usuarios que puedan estar utilizando el mismo servicio. Además el autor opina que, como resultado, las RS creadas a través de estas aplicaciones son más especializadas que las redes sociales horizontales.

Desde el ámbito educativo, los propios docentes pueden crear este tipo de redes para que, por ejemplo, los alumnos que se incorporan a ellas puedan mantener relación con los miembros de la propia red educativa. De las ventajas que las diferencian del resto de redes sociales es que posible controlar la privacidad y por lo tanto la intimidad de sus miembros está asegurada, siendo, según De Haro (2010) las más aconsejadas para trabajar con los menores de edad.

Dentro de las redes sociales verticales distinguimos dos tipos: las *herramientas de red social* y los *servicios de red social*.



4.1.1. Herramientas de Red Social

Así, con el término *herramientas de red social* se hace alusión al software que, instalado en un servidor administrado por el usuario, ofrece una red propia en la que se brindan los recursos propios de una red social pero además adaptados a las necesidades del colectivo, institución o administrador del que dependa.

Algunos ejemplos de herramientas de red social son: Elgg (<http://www.elgg.org/>), Oxwall (<http://www.oxwall.org/>), OpenAtrium (<http://openatrium.com/>), BuddyPress (<http://buddypress.org/>)...

Crespo y García (2010) consideran que las funciones más habituales de estas redes sociales podemos agruparlas en tres categorías básicas: *soporte estructural de la red*, *interacción y comunicación* y *publicación social*.

- *Soporte estructura de la red*. Son las funciones características de las herramientas de red social en su sentido más estricto, es decir, “la incorporación (y desaparición) de miembros así como la creación y mantenimiento de la relaciones existentes entre ellos” (p.70). Por ello, el sistema ha de posibilitar al usuario la gestión de sus conexiones con el resto de integrantes. De otro lado, es importante destacar que proporcionan la funcionalidad necesaria para buscar y localizar contactos, ya sea por nombre, por institución, por temas de interés, por visualización de contactos de uno nuestros contactos...

- *Interacción y comunicación.* Las herramientas de red social se sirven de dicha estructura de enlaces para fomentar la interacción. “Las funciones de interacción dan soporte a las tareas de comunicación básicas entre los usuarios, pero no son exclusivas de las redes sociales” (p.72)
- *Publicación social.* Consideradas en gran medida como las funciones más exitosas de estos sistemas.

4.1.2. Servicios de Red Social

De otra parte, *los servicios de red social* se convierten en la segunda distinción que realizamos de las redes sociales verticales, y si los llamamos *servicios*, es porque desde fuera se trata de páginas Web que *proveen* a usuarios la posibilidad de crear una red social, es decir, que a través de sencillos pasos nos permiten acotar sitios de red social pero en el marco de una herramienta que aloja muchas redes sociales que suelen ser clasificadas en no pocas ocasiones por temáticas e intereses.

Cachia (2008, 1) realiza una definición tan sencilla como eficaz: “son aplicaciones en línea que en un nivel muy básico han impulsado la creación de redes sociales en internet, como consecuencia del avance tecnológico”. Algunos autores (Santamaría, 2008; Childnet International, 2008) hablan de ellos como servicios de la Web que permiten la creación de redes sociales específicas y que dan a ellas soporte como *sitios de redes sociales de marca blanca* (en inglés, *White-label social networking services*).

Algunos ejemplos de servicios de red social son: Ning (<http://www.ning.com/>), people aggregator (<http://www.peopleaggregator.de/>), Social Go (<http://www.socialgo.com/>), Grou.ps (<http://grou.ps/>), Spruz (<http://www.spruz.com/>), Mixxt (<http://www.mixxt.org/>), Grouply (<http://www.grouply.com/>), Wall.fm (<http://wall.fm/>), Gnoss (<http://www.gnoss.com/home>)...

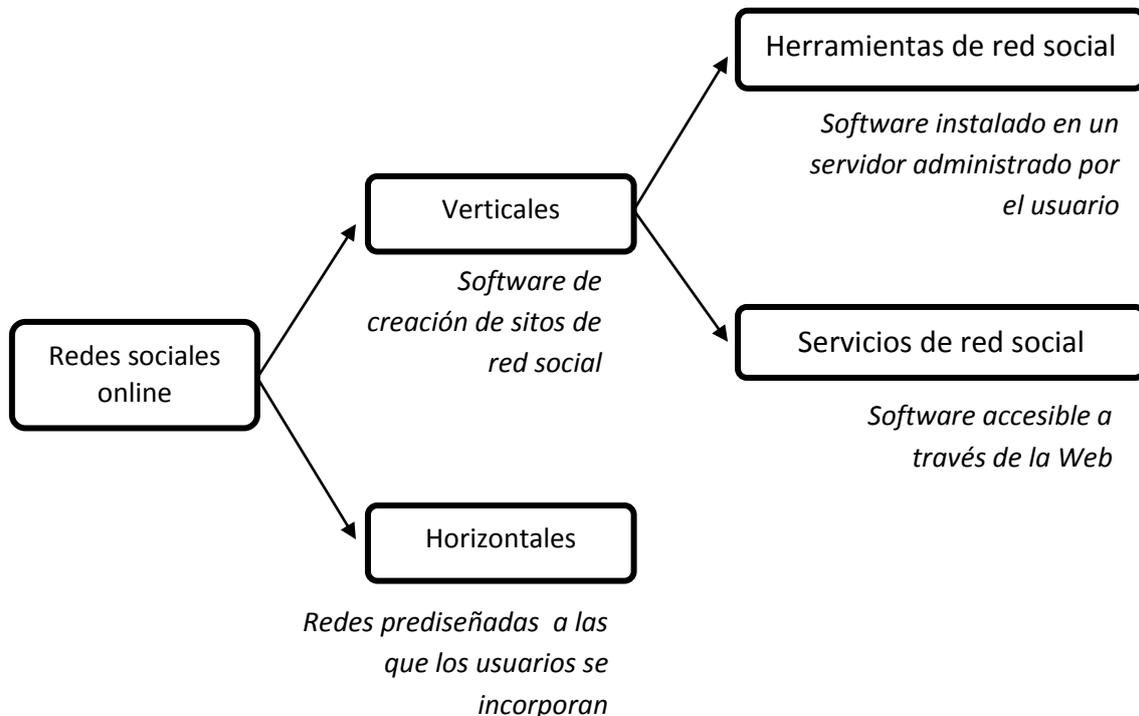
En un trabajo previo (Castañeda, en prensa) afirmamos que las limitaciones de estos servicios residen principalmente en tres aspectos: *control*, *estabilidad* y *personalización*. El primero de ellos hace referencia a que el servicio siempre estará en manos de un tercero que las puede cambiar en cualquier momento; la estabilidad es muy restringida debido a que los cambios en el software que lo soporta y la estabilidad del servicio mismo; respecto a las opciones de personalización pueden ser infinitas pero siempre estarán en función del servicio propio y de la forma en la que hayamos contratado el mismo.

4.2. Redes sociales horizontales

Son aquellos sitios de red social en los que el usuario se incorpora a una macrocomunidad preexistente, donde casi cualquier relación entre sus miembros es posible; tal y como afirma De Haro (2010), “aunque se puedan formar grupos aislados, a cierto nivel, las relaciones horizontales son siempre posibles”. Por otro lado De Alsola (2008) las define como “aquellas dirigidas a todo tipo de usuario y sin una temática definida. Se basan en una estructura de celdillas permitiendo la entrada y participación libre y genérica sin un fin definido, distinto del de generar masa”.

Facebook (<http://www.facebook.com/>), Tuenti (<http://www.tuenti.com/>), Orkut (<http://www.orkut.com/>), Badoo (<http://badoo.com/>), Hi5 (<http://hi5.com/>), Bebo (<http://www.bebo.com/>)... son algunos de los ejemplos de redes sociales horizontales.

En resumen, el panorama de las redes sociales y los términos más usados en este marco conceptual podría sintetizarse en el siguiente gráfico:



Redes Sociales, Clarificación Terminológica

Como se hace evidente, las actividades de trabajo en comunidad, la actividad de la red siempre se desarrolla en un *sitio de red social*, ya sea creado con software específico (redes sociales verticales) o sea un espacio abierto en una red social horizontal, siendo en este espacio donde se encuentran lugares comunes para que se pueda desarrollar la comunidad.

Antes de pasar al siguiente punto de este trabajo, nos gustaría relativizar el contenido de éste. Si tenemos en cuenta que desde que Boyd y Ellison realizasen en 2007 su primera definición de red social bastante cosas han cambiado respecto a las redes sociales, cosas que en muchos casos no podríamos haber previsto –tal vez ni soñado-, entendemos que este esquema puede ser aceptado a fecha de hoy pero será sensible a la inevitable, y muchas veces impredecible, evolución de las propias redes sociales online y al ritmo de cambio tecnológico actual. Seguramente en un tiempo habremos de revisarlo, o incluso puede que no haya lugar a hacerlo.

5. Sitios de red social, tipología

Una vez que hemos estudiado la evolución del concepto de redes sociales y clarificado varios conceptos asociados a las redes sociales, quisiéramos centrar en este momento

la atención en los *sitios de red social*, entendidos como aquellos espacios en donde tiene lugar la acción en red.

Si nos fijamos en los sitios de red social creados a partir de las redes sociales verticales (servicios o herramientas), lo cierto es que la posibilidad de personalización es prácticamente infinita, con lo cual, aquella persona que desee crear un sitio en dichas redes podrá customizar cada uno de las particularidades del mismo para que se adecuen de la mejor forma a aquellas particularidades del grupo al que va dirigido o la finalidad última a la que se dedicará.

Sin embargo, cuando se decide usar una red social horizontal para llevar a cabo el trabajo en red (y nos referimos aquí especialmente a la red de personas), debemos tener en cuenta las particularidades de las mismas y cómo estas afectan o no a los planes que tenemos para dicha red.

Por ello creemos interesante analizar las dos variables principales que diferencian los sitios de red social horizontal que nos ofrece actualmente la oferta en Web: por un lado la edad de acceso permitido de los usuarios y, en segundo lugar, la finalidad de uso de la red social.

5.1. Restricciones de acceso por edad a sitios de red social

En la actualidad existe en la oferta de redes sociales dos tipos de redes en lo que a acceso por edad se refiere, las redes que podríamos denominar de acceso autónomo (mayores de 14 años) y las redes de acceso tutelado (o para menores).

Determinar cuál es la edad mínima deseable para estar en una red social es un asunto que creemos que no es fácil de regular, puesto que cada una de ellas tiene sus características propias e incluso los propios sujetos presentan diferencias en su evolución mental, grado de madurez, acompañamiento de los padres, etc. Por ello, y para responder a la pregunta de ¿por qué a los 14?, consideramos pertinente partir de la legislación existente en busca de respuestas sobre esta cuestión.

Tal y como afirma De Lama (2011), la edad de 14 años asumida como el corte de la mayoría de redes sociales se fundamenta en el Real Decreto 1720/2007 referente a la Ley Orgánica de Protección de datos que afirma que:

“Podrá procederse al tratamiento de los datos de los mayores de 14 años con su consentimiento (...). En caso de los menores de catorce años se requerirá el consentimiento de padres o tutores” (De Lama, 2011)

La Ley en este sentido es contundente y no deja lugar a la interpretación.

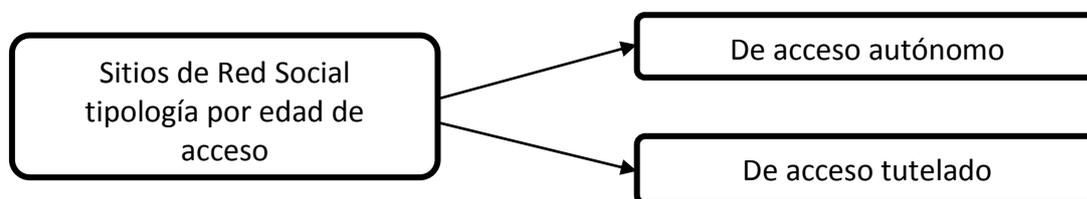
Ahora bien, una vez en los 14 o más ¿hay restricciones? En este caso la ley no es tan clara; el artículo 3 de la Ley de Derecho al Honor, la Intimidad y la Propia Imagen de 1982 no hace referencia a una edad exacta ya que habla de *madurez del menor*, concepto muy relativo dejando demasiado terreno a la interpretación:

“El consentimiento de los menores e incapaces deberá prestarse por ellos mismos si sus condiciones de madurez lo permiten, de acuerdo con la legislación civil”.

De hecho la Agencia Española de Protección de Datos ejerce este “derecho” a la interpretación al considerar que los mayores de catorce años disponen de las condiciones de madurez precisas para consentir, por sí mismos, el tratamiento automatizado de sus datos de carácter personal (De Lama, 2011; Informe INTECO, 2008).

Así, las redes sociales horizontales más populares en nuestro país –Facebook y Tuenti– las consideramos en el grupo de las *redes sociales de acceso autónomo*, pues tienen una restricción de edad que sólo permite incorporarse a ellas a usuarios a partir de los 14 años.

Por su parte, ya empiezan a proliferar algunos otros sitios de red social, específicamente creados para menores, en donde habitualmente son los propios padres los que tienen que dar sus datos en el momento del registro, teniendo éstos la opción de crear una cuenta al menor. Es el caso, por ejemplo de TogetherVille (<http://togetherville.com/>), la red social para niños recientemente comprada por Disney siendo una de las *redes sociales de acceso tutelado*.



Clasificación de los sitios de red social atendiendo a la edad de acceso

5.2. Redes sociales según la finalidad de uso

Además de por la edad, partiendo de la teoría que hemos revisado, consideramos que también podemos distinguir en las redes sociales horizontales, algunas tipologías referidas a la finalidad de uso de las mismas. Así, y siguiendo el trabajo de Castañeda y Gutiérrez (2010) distinguimos dos iniciales: *redes sociales profesionales* y *redes sociales generalistas*.

Las *redes sociales generalistas o de contacto* pretenden “simplemente” facilitar la comunicación entre diferentes personas. El uso de estas redes está más relacionado con el ocio y con aspectos personales. Habitualmente ofrecen al usuario la posibilidad de establecer una red de contactos personal en la que entran a formar parte todos los contactos que el propio usuario solicite y/o acepte tras recibir una solicitud de amistad. Los datos que el usuario facilita en este tipo de redes suelen tener un carácter más personal, aunque además se pueden facilitar datos académicos, profesionales, de contacto, zonas de ocio, de manera que la propia plataforma te facilita la puesta en contacto con usuarios con los que se pueden tener aspectos en común y a los que es posible que se conozca. Dentro de este grupo de redes encontramos plataformas como Facebook, Tuenti, Orkut, Hi5, Badoo, entre otras.

Tal y como destacábamos entonces (Castañeda y Gutiérrez, 2010) es importante subrayar que, en este tipo de redes sociales, la red de contactos que se establece suele ser parecida o igual a la red de contactos que se tienen de manera presencial.

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

En este tipo de redes, más centradas en aspectos profesionales, la información que los usuarios deben aportar es, casi de forma exclusiva, relativa a aspectos laborales tales como: trayectoria académica, trabajos desempeñados, inquietudes y expectativas laborales, experiencia profesional, formación recibida, incluso algunas de estas redes dan la opción de incluir recomendaciones laborales y de llevar a cabo búsquedas activas de empleo ya que incluyen una zona con ofertas laborales.

Llegados a este punto, y dentro de las distinciones propias de las redes sociales y su diferenciación por funcionalidad, creemos interesante detenernos en algunas redes sociales que tienen una clara finalidad educativa.

5.2.1. Redes sociales para la educación.

Entre los sitios de red social que podemos crear en las redes sociales verticales, es evidente que una de las grandes posibilidades es la de crear una red social que sea utilizada para favorecer o enriquecer los procesos de enseñanza y aprendizaje. Pero además, ya han hecho su aparición, algunos sitios de red social horizontal cuya finalidad es específicamente educativa.

Según Cachia (2008) las redes sociales educativas presentan una serie de ventajas: crean una dimensión nueva de socialización; proporcionan la base para pensar en una formidable herramienta para la educación inclusiva; se están usando como un espacio de encuentro entre los distintos actores del proceso de aprendizaje/enseñanza; sirven de enlace con las empresas que ofrecen empleo; facilitan las tareas de inmersión en un entorno lingüístico extranjero por medio de redes o comunidades; dinamizadoras y constructoras de una identidad digital.

Así, dependiendo también del uso que hagamos de las redes sociales para la educación, podríamos distinguir entre redes sociales *para el desarrollo profesional docente* y *para la actividad de o para el alumnado*.

Teniendo en cuenta que las redes sociales son generalmente utilizadas para la comunicación e interacción entre miembros con intereses comunes no resultaría ningún descubrimiento afirmar que éstas pueden contribuir al *desarrollo profesional del docente* a través del intercambio de ideas y trabajo colaborativo, tal y como afirman Pérez y otros (2010), siendo ésta la primer distinción que realizamos dentro de las redes sociales para la educación. Según estos autores una red social puede contener dentro de sí los elementos que forman y desarrollan una comunidad de práctica (actores, conexiones, interés y práctica) aunque no siempre es así.

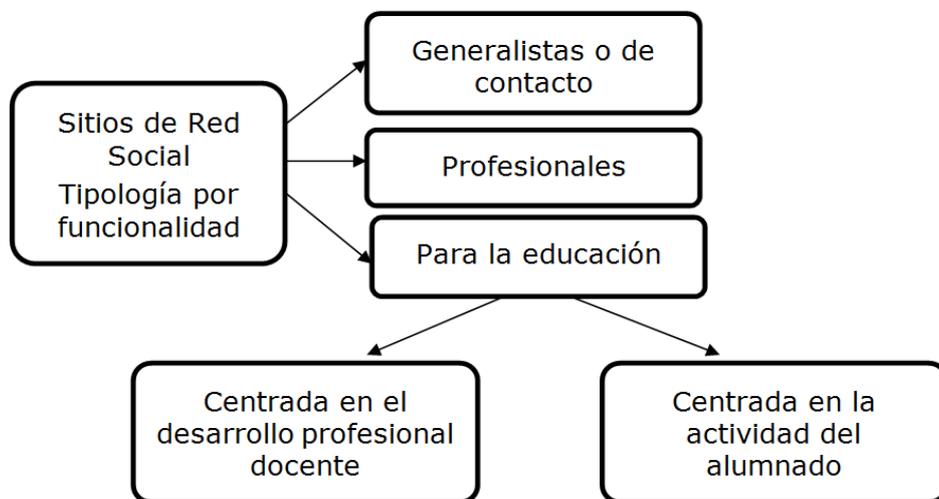
Así, dentro de estas *redes sociales para la educación centradas en el desarrollo docente* podría distinguirse a su vez entre *redes sociales docentes tuteladas o corporativas*, que

son aquellas gestionadas por una institución pública o privada, y *redes sociales docentes autogestionadas*, que son mantenidas por el propio profesorado.

Respecto a las primeras, las *redes sociales docentes tuteladas o corporativas* son las que están impulsadas, financiadas y gestionadas por alguna institución, fundación, grupo privado o empresa. Son sitios Web donde habitualmente cualquier docente puede inscribirse, bien para recibir información, o bien para hacer parte de una comunidad concreta. Tal es el caso de educared (<http://www.educared.org>) entre otras.

Respecto a las *redes sociales docentes autogestionadas* por el profesorado son las que ha sido creadas y administradas por un individuo, grupo o colectivo docente sin patrocinio o vinculación orgánica directa con institución o grupo empresarial alguno. Son redes que nacen por iniciativa personal de algún profesor o grupo docente. En consecuencia se desarrollan y se administran de forma voluntarista a modo de autogestión de los participantes. Un ejemplo es redtecnologíaeducativa (<http://redtecnologiaeducativa.ning.com/>).

La segunda distinción que realizamos dentro de las redes sociales para la educación son las *específicas para la actividad del alumnado*. Son aquellas redes que ofrecen la posibilidad de planificar e implementar actividades de aprendizaje para que el alumnado trabaje colaborativamente aprovechando las posibilidades de un entorno virtual como el que se ofrece en ellas.



Clasificación de los sitios de red social atendiendo a su funcionalidad

Volvemos a insistir en el hecho de que, cuando creamos un sitio de red social a partir de una red social vertical podemos personalizarlo y decidir a qué tipología responde. Ahora bien, cuando decidimos usar un sitio de red social ya creado (sea una red social horizontal o no) tendremos que analizar claramente las características concretas a las que responde. Por ello ofrecemos a continuación una lista de las principales redes sociales disponibles en la Web caracterizadas atendiendo a los criterios que hemos ido desmadejando en este punto.

RED SOCIALES HORIZONTALES		EDAD		FUNCIONALIDAD			
NOMBRE	URL	Acceso autónomo	Acceso tutelado (o para menores)	Generalistas	Profesionales	EDUCATIVAS	
						Desarrollo profesional docente	Centrada en la actividad del alumnado
Facebook	http://www.facebook.com/	X		X			
Tuenti	http://www.tuenti.com/	X		X			
TogetherVille	http://togetherville.com/		X				X
Orkut	http://www.orkut.com/	X		X			
Hi5	http://hi5.com/	X		X			
Badoo	http://badoo.com/	X		X			
Linkedin	http://www.linkedin.com/	X			X		
Xing	https://www.xing.com/	X			X		
EducaRed	http://www.educared.org/	X			X		
Mixels	https://www.mixels.com/		X	X			
Myfamilypedia	http://www.myfamilypedia.org/		X	X			
La Pandilla Telmex	http://pandillatelmex.com/pandilla/		X	X			
Tecnotribu	http://tecnotribu.com/		X	X			
Boombang	http://www.boombang.tv/		X	X			
Webkinz	http://www.webkinz.com/		X	X			

Tabla 1. Algunas Redes Sociales Horizontales. Caracterización.

SITIOS DE RED SOCIAL CREADOS REDES SOCIALES VERTICALES		EDAD		FUNCIONALIDAD			
NOMBRE	URL	Acceso autónomo	Acceso tutelado (o para menores)	Generalistas	Profesionales	Educativas	
						Desarrollo profesional docente	Centrada en la actividad del alumnado
Internet en el aula	http://internetaula.ning.com/	X				X	
Digiskills	http://grou.ps/digiskills	X					X
Red tecnología educativa	http://redtecnologiaeducativa.ning.com/	X				X	
Fundes	http://www.fundes.socialgo.com/	X					
Potachovizados y allegados	http://grou.ps/potachovizados	X				X	
Clickschooling	http://clickschooling.grouply.com/	X				X	
GNOSS educa	http://gnoss.com/gnosseduca	X					X

Tabla2. Algunos sitios de red social educativas creados con redes sociales verticales. Caracterización.

6. Antes de terminar: una historia de nativos en las redes sociales

De forma más o menos habitual, a los jóvenes habitantes de las redes se les han otorgado características personales, psicológicas y cognitivas diferentes y se han asociado en algunos casos a su edad, al tipo de tecnologías que usan, o al hecho de haber nacido cuando las tecnologías ya eran parte de la realidad (Tapscott, 1998; Prensky 2001, etc.)... y Prensky les llamó *nativos digitales*.

Desde Prensky, mucho se ha discutido respecto de este término y lo cierto es que ya casi todos estamos de acuerdo en que distinguir a las personas por su edad, en lo que se refiere al uso y aprovechamiento de las tecnologías de la información y la comunicación, es poco sostenible (Kenedy et al., 2010). Sin embargo, el término *nativos* nos sugiere una analogía que creemos bastante sugerente y con la que nos gustaría terminar este capítulo.

El “Nuevo Mundo”, América, antes de la llegada de los conquistadores en el siglo XV, estaba poblado por varios colectivos de *nativos* que habitaban un entorno altamente privilegiado, naturalmente exuberante y extraordinariamente dotado de recursos. Ellos habían nacido allí, con dicho entorno ya crecido y habitaban en él de forma natural. En ese entorno el oro, la plata, las piedras preciosas, eran parte habitual de a lo que se tenía acceso, y por lo mismo su valor y posibilidades eran a menudo incluso despreciados.

No obstante, cuando los nativos del viejo mundo llegaron al nuevo, quedaron no sólo maravillados ante la contemplación de tal suntuosidad natural, sino deslumbrados ante las posibilidades que tales recursos les abrían, unas posibilidades que parecían infinitas y extraordinarias. Venían de un entorno hostil y de escasez, y se encontraban con un mundo colmado de posibilidades y exuberancia.

Pero esos recién llegados a ESE mundo (ya habían vivido en el viejo mundo un tiempo), quedaron especialmente estupefactos ante la contemplación de las costumbres de los *nativos* del nuevo mundo, al comprobar que aquellas personas, en un alarde de lo que probablemente fuese inconsciencia, ignorancia o incluso inocencia, tomaban bienes preciadísimos por los recién llegados, como el oro y las piedras preciosas, se untaban el cuerpo con ellos y los ofrecían en sacrificio a los dioses lanzándose con ellos a las lagunas y perdiéndolos para siempre⁴.

De manera casi simétrica pero con la distancia del tiempo, los nuevos *nativos* nacieron en este mundo de exuberancia de recursos (información, herramientas de publicación, accesibilidad, usabilidad de las tecnologías...) y viven en él de forma habitual. No obstante, quienes venimos del antiguo mundo, si bien no hemos nacido en esta exuberancia, sí entendemos el valor de estos recursos y creemos apreciar en mayor medida las posibilidades de los mismos. Así que asistimos estupefactos a rituales en los que los nativos –también en un alarde de lo que consideramos inconsciencia, ignorancia o incluso inocencia- se embadurnan el cuerpo de información y recursos

⁴ Relatos de este tipo de rituales hay en casi todas las culturas precolombinas, pero sobresalen los relativos a los Muiscas y la Laguna de Guatavita en la meseta Cundiboyacense de lo que hoy es Colombia (y de donde se cree que proviene la leyenda de “El Dorado”) y los de los Mayas y los Cenotes de la Península de Yucatán.

preciosos y no encuentran cosa mejor que hacer con ellos que ofrecerlos a sus contactos –nuevos ídolos-, lanzándolos a las redes sociales y perdiéndolos para siempre.

Seguramente la historia es mucho más compleja –ambas historias-, pero creemos que hay mucho de ambas en nuestras realidades.

Es evidente que el hecho de residir en un entorno determinado y que sea tu entorno natural, hace que los nativos tengan una percepción mucho más invisible de las tecnologías. Como también es cierto que el hecho de no haber nacido en un mundo digital no sólo NO descalifica a los no nativos a la hora de entenderlo, sino que por el contrario les permite valorar en gran medida los avances y las posibilidades que esos recursos les ofrecen.

Ahora bien, los que más aprovechan los recursos del nuevo mundo son los que viven en él de manera habitual y disfrutan de forma natural de sus recursos. El mundo digital es de sus *residentes* (White, 2008). Pero si algo nos ha podido enseñar a este respecto la historia original –la más antigua-, y que seguramente sea momento de tener en cuenta, y es que sólo a partir del conocimiento profundo del entorno, de las posibilidades del mismo y de un diálogo franco entre sus habitantes que permita a nativos y no nativos enriquecerse mutuamente, seguramente unos y otros desperdiciaremos un potencial del que sólo atinamos a adivinar algunas proporciones y pronto nos encontraremos perdidos.

Desafíos relativos a la identidad, la educación, la familia, la concepción de la privacidad y otros muchos, se plantean de forma recurrente cuando hablamos de redes sociales, y es precisamente en ellos donde los nativos del antiguo y el nuevo mundo, deben trabajar codo con codo.

Ya hacemos esfuerzos en la descripción del nuevo mundo, en contar cómo nos movemos en él y sus particularidades, pero el desafío sigue puesto en entender las muchas implicaciones educativas y sociales que tienen, y en ello tenemos que empeñar nuestros esfuerzos.

7. Hilar fino

La principal finalidad de este capítulo era clarificar algunos conceptos sobre redes sociales que en la literatura existente siguen generando confusión, en parte debido a la rápida evolución de las redes sociales estos últimos años. Pero sin duda, y teniendo en cuenta la filosofía del libro en el que se enmarca, el gran objetivo que hemos perseguido es facilitar a la comunidad en general, y a la comunidad educativa en particular, el análisis de las herramientas que tiene a disposición.

Mucho se ha escrito ya sobre la presencia de los jóvenes en la red, mucho probablemente que sólo se limita a abundar en datos vacíos y aumentar la terminología circundante. Por eso este documento no pretendía ser tanto un paso más, como un mapa actualizado del estado de la cuestión.

Entender la realidad digital de los jóvenes desde una perspectiva de comunicación, objetivo de algunas de las nuevas apuestas investigadoras en las que se embarcan

nuestros equipos de trabajo –y la que da cuerpo a la obra en la que se incluye este capítulo- y empezar a analizar más que su incidencia, sus posibilidades y perspectivas de futuro, requiere una mirada clara a la que esperamos haber contribuido aunque sea de forma mínima.

Pero el reto sigue ahí, el grueso del tejido es amplio y abundante, pero para que se configure completamente necesita que las labores siguientes sean cuidadosas y que, desde perspectivas claras de dónde estamos y enfoques nuevos de qué queremos conseguir, se planteen el futuro.

Habrá que hilar más fino.

8. Bibliografía

ADELL, J. (2010) Educación 2.0. En BARBA, C. y CAPELLA S. (Eds.). *Ordenadores en las aulas. La clave es la metodología*. Barcelona: Graó.

ALLEN, R. (2008). Factors influencing the usage of social networking Websites amongst young, professional South Afrincans. (Documento en línea) <http://upetd.up.ac.za/thesis/available/etd-03172010-135647/unrestricted/dissertation.pdf> [Consultado el 24-03-2011]

BEER, D. (2008). Social network(ing) sites.revisiting the story so far: A response to danah boyd & Nicole Ellison. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 516-529

BENEVENUTO, F., RODRIGUES, T., CHA, M. & ALMEIDA, V. (2009). Characterizing User Behavior in Online Social Networks. IMC'09, November, 4-6.Chicago. USA

BOYD, D. (2006). Social network sites: my definition. *Many to Many* (entrada en blog) http://www.zaphoria.org/thoughts/archives/2006/11/10/social_network-2.html [Consultada el 25/03/2011]

BOYD, D. Y ELLISON, N. (2007). Social Network Sites: Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1) <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> [Consultado el 23-03-2011]

BRINGUÉ, X. Y SÁDABA, C. (2011) *Menores y Redes Sociales*. Madrid: Foro de Generaciones Interactivas, Fundación Telefónica. (Documento en línea) http://www.generacionesinteractivas.org/wp-content/uploads/2011/01/Libro-Menores-y-Redes-Sociales_Fin.pdf [Consultado 05-04-2011]

CACHIA, R. (2008). Los sitios de creación de redes. Aspectos sociales. *Revista Telos*, 76, (documento en línea). <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo%3D4&rev%3D76.htm> [Consultado el 23-3-2011]

CASTAÑEDA, L (en prensa). *Tejiendo redes sociales artesanas: Plataformas para creación y soporte de redes sociales locales*. Madrid: síntesis

CASTAÑEDA, L. Y GUTIÉRREZ I. (2010). Redes sociales y otros tejidos online para conectar personas. En CASTAÑEDA, L (Coord.). *Aprendizaje con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos*. Sevilla: MAD.

CASTAÑEDA, L. Y SÁNCHEZ, M.M. (2010). Evolución e historia de las redes sociales. En CASTAÑEDA, L. *Aprendizaje con Redes Sociales*. Sevilla: Editorial MAD S.L.

CHILDREN INTERNATIONAL (2008). Young People and Social Networking Services. (Documento en línea) [http://www.digizen.org/socialnetworking/downloads/Young People and Social Networking Services full report.pdf](http://www.digizen.org/socialnetworking/downloads/Young_People_and_Social_Networking_Services_full_report.pdf) [Consultado el 23-03-2011]

CRESPO, R.M. Y GARCÍA, J.J. (2010). Redes sociales. La madeja tecnificada. En CASTAÑEDA, L. (Coord.). *Aprendizaje con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos*. Sevilla:MAD.

DE ALSOLA, J. V. Las Redes Sociales satisfacen necesidades básicas (documento en línea) <http://www.slideshare.net/Julianalsola/las-redes-sociales-1649666> [24-3-2011]

DE HARO, J.J. (2010a). Servicios de Redes Sociales (I): desenredando la madeja. *Educativa*. (Entrada de blog) <http://jideharo.blogspot.com/2010/07/servicios-de-redes-sociales-i.html> [24-3-2011]

DE HARO, J.J. (2010b). *Redes sociales para la educación*. Madrid: Anaya

DE LAMA, A. (2011). El derecho a la imagen y el menor maduro. Recuperado el 25 de marzo de 2011 de <http://internetyfamilia.es/2011/03/07/el-derecho-a-la-imagen-y-el-menor-maduro/>

DINUCCI, D. (1999). Fragmented future. *Print*, 53, 220-222 http://tothepoint.com/fragmented_future.pdf [Consultado el 24-3-2011]

FLORES, J.J., MORÁN, J.J. Y RODRÍGUEZ, J. (2009). Las redes sociales. *Boletín electrónico de la unidad de virtualización académica*, 1, pp. 1-15

FUCHS, C. (2009). *Social networking sites and the surveillance society*. Austria: ICT&S Center

FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2009). *La Sociedad de la Información en España 2009. Colección Fundación Telefónica*. Barcelona: Ariel. (Documento en línea) <http://e-libros.fundacion.telefonica.com/sie09/> [Consultado el 08-04-2011]

GRIFFITH, S. Y LIYANAGE, L. (2008). An introduction to the potential of social networking sites in education. (Documento en línea) <http://ro.uow.edu.au/etc08/9> [Consultado el 23-03-2011]

INTECO (2009). Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online. (Documento en línea) [http://www.inteco.es/Seguridad/Observatorio/Estudios e Informes/Estudios e Informes 1/est red sociales es](http://www.inteco.es/Seguridad/Observatorio/Estudios_e_Informes/Estudios_e_Informes_1/est_red_sociales_es) [Consultado el 22-03-2011]

INTECO (2008). Guía legal sobre las redes sociales, menores de edad y privacidad en la Red. (Documento en línea) http://www.inteco.es/Seguridad/Observatorio/manuales_es/guiaManual_redes_menores [Consultado el 31-03-2011]

KENEDY, G.; JUDD, T.; DALGARNO, B. Y WAYCOTT, J. (2010). Beyond natives and immigrants: exploring types of net generation students. *Journal of Computer Assisted Learning*. 26, 5, PP. 332–343.

KENT, J. (2008). Social networking sites: will they survive?. *Revista Nebula*, 5.1, pp.- 44-51

LOCKYER, L. Y PATTERSON, J. (2008). Integrating Social Networking Technologies in Education: A Case Study of a Formal Learning Environment. (Documento en línea) <http://ro.uow.edu.au/edupapers/73> [Consultado el 23-03-2011]

MACMANUS, R. Y PORTER, J. (2005). *Web 2.0 for design: bootstrapping the social Web*. (Documento en línea) [http://www.digital-Web.com/articles/Web 2 for designers](http://www.digital-Web.com/articles/Web_2_for_designers) [Consultado el 23-03-2011]

O'REILLY, T. (2004). What is Web 2.0. <http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html> [Consultado el 24-3-2011]

PÉREZ, T., CASTILLO, E. Y MARQUINA, R. (2010). Las redes sociales y el desarrollo profesional del docente. *Revista cognición*, 26, (documento en línea) http://www.cognicion.net/index.php?option=com_content&task=view&id=322&Itemid=228 [Consultado el 24-3-2011]

PRENDES, M. P. y CASTAÑEDA, L. (2006). El individuo colaborando en la red... contra la soledad de la modernidad. En *Actas del IX congreso EDUTEC 2006*. Edición Electrónica Universitat Rovira i Virgili. (documento en línea) <http://www.lindacastaneda.com/publicaciones/edutec2006colaboracion.pdf> [Consultado el 24-3-2011]

PRENKSY, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants: Do they really think differently? *On the Horizon*, 9(6), 1-6. (documento en línea) <http://www.marcprensky.com/writing/prensky%20%20digital%20natives,%20digital%20immigrants%20-%20part2.pdf> [Consultado el 24-3-2011]

RAHONI, V.A. Y HOCK, O.S. (2010). On social networking sites: definition, features, architectures and analysis tools. *Journal of advances in Computer Research*, 2, pp.- 41-53

RIBES, X. (2007). La Web 2.0: el valor de los metadatos y de la inteligencia colectiva (documento en línea). <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp@idarticulo%3D2&rev%3D73.htm> [Consultado 23-03-2011]

SANTAMARÍA, F. (2008). Posibilidades pedagógicas. Redes sociales y comunidades educativas. *Revista Telos*, 75, (documento en línea)

<http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo%3D7&rev%3D76.htm> [23-3-2010]

SUBRAHMANYAM, K., REICH, S., WAECHTER, N. Y ESPINOZA, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29, pp. 420-433

TAPSCOTT, D. (1998). *Growing up digital: The rise of the Net Generation*. New York: McGraw-Hill.

THE COCKTAIL ANALYSIS (2011). *Informe de resultados, Observatorio Redes Sociales, 3ª oleada*. Febrero de 2011. (Documento en línea) <http://www.tcanalysis.com/uploads/2011/02/Observatorio-RedesSociales2011.pdf> [Consultado 05-04-2011]

WHITE, D. (2008). Not 'Natives' & 'Immigrants' but 'Visitors' & 'Residents'. *TALL blog Online education with the University of Oxford* (Entrada de blog) <http://tallblog.conted.ox.ac.uk/index.php/2008/07/23/not-natives-immigrants-but-visitors-residents/> [Consultado el 08-04-2011]