

ESCENARIOS VIRTUALES PARA LA PARTICIPACIÓN

MÁSTER EN COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN EN LA RED (UNED)

PEC 2

LUIS JOAQUÍN SIMÓN LÁZARO

ANÁLISIS Y CARACTERIZACIÓN

10 COMUNIDADES VIRTUALES

Descripción	Capacidad	Tipología	Moderación	Herramientas
<p>Descripción del sitio web analizado (misión, objetivo, características...)</p>	<p>Capacidad de construir comunidades (posibilidades para consolidar y dinamizar grupos vinculados a intereses comunes,...)</p>	<p>Tipología de las comunidades (lazos fuertes o débiles, nivel de formalización del grupo,...)</p>	<p>Política de moderación</p>	<p>Protocolos/herramientas de comunicación</p>

Descripción	Capacidad	Tipología	Moderación	Herramientas
<p>Se trata de una comunidad para compartir historias y artículos de tipo blog. Es una plataforma para poder publicar sin necesidad de crear o participar en un blog específico.</p> <p>Pone el foco en las historias/contenidos de calidad y se posiciona como nexo de unión entre el lector y el escritor. Así, favorece la interacción con los posts mas allá de los comentarios tradicionales en un blog clásico, permitiendo a los lectores sugerir correcciones, ampliaciones, etc. (la co-creación, de algún modo).</p> <p>Puede usarse en modo gratuito o con cuenta de pago.</p>	<p>Los contenidos se categorizan/agrupan en una taxonomía prefijada, por lo que su capacidad para aglutinar participación en cuanto al interés temático es alta.</p> <p>Hay 2 grandes grupos de usuarios, en cuanto a la relación con la plataforma: el usuario con cuenta (a su vez es lector) y el usuario externo (el que llega para consumir algún contenido). El primer perfil, con cuenta en la plataforma, puede participar además sugiriendo cambios, correcciones, etc. a historias de otros usuarios.</p> <p>Así, la capacidad de la plataforma para crear comunidad es alta.</p>	<p>Los lazos creados son débiles (por ejemplo, no se exige reciprocidad ni aceptación para poder seguir a un usuario).</p> <p>El nivel de formalización es bajo, cada usuario puede publicar siguiendo unas pautas mínimas, pero no se exigen estructuras ni desarrollo de normativas específicas. Por ejemplo, podemos encontrar textos sobre Política (u otro tema) más o menos profesionales, más abstractos o, por el contrario, más abstractos-conceptuales, etc.</p>	<p>Se confía en el buen hacer de los usuarios y su acatamiento de las reglas de uso (https://medium.com/espanol/las-normas-de-medium-7ce679e720cd): no acoso, no <i>spam</i>, no incitación al odio, etc.</p> <p>Si un usuario encuentra contenido que considera que no acata las reglas, puede denunciar la violación de las reglas (se marca el contenido y se envía un formulario a la plataforma). Medium puede eliminar dicho contenido, tras verificar si se ha producido o no violación de las reglas de uso.</p>	<p>Las herramientas principales son el artículo, los aplausos (análogos al <i>like</i> de Twitter o Facebook), las respuestas (se puede comentar un artículo o un fragmento de un artículo) y el subrayado (se selecciona un fragmento y se marca como subrayado; cuando un <i>follower</i> del usuario lee ese artículo, puede ver que el usuario al que sigue ha subrayado-destacado algún contenido; el subrayado también se puede enviar a Twitter).</p> <p>También se pueden hacer notas (como las respuestas, pero de uso privado; anotaciones para relecturas, etc.).</p>

Descripción	Capacidad	Tipología	Moderación	Herramientas
<p>Quora es una red social de preguntas/respuestas, competidora de la plataforma <i>Yahoo respuestas</i>.</p> <p>Un usuario puede formular una preguntas o buscar una pregunta ya formulada, para así obtener respuesta a dicha pregunta. Se comparte, pues, conocimientos concretos (no artículos, posts, noticias, etc.).</p>	<p>Las preguntas se etiquetan (una o varias tags) y se pueden buscar/encontrar por estas etiquetas o por el contenido. Se puede, pues, colaborar en torno a áreas temáticas o dominios de interés.</p> <p>Puede seguirse una pregunta concreta, un usuario o una etiqueta, por lo que el usuario puede configurar su experiencia de uso acorde a sus expectativas y/o necesidades.</p> <p>También, hay funcionalidades de otras redes sociales, por ejemplo, mensajes entre usuarios, votos positivos/negativos a las respuestas dadas, sugerir ediciones de las respuestas, compartir o agradecer una respuesta.</p> <p>La capacidad de creación de comunidad es alta.</p>	<p>Los lazos creados son débiles (por ejemplo, no se exige reciprocidad ni aceptación para poder seguir a un usuario, una etiqueta o un tema).</p> <p>El nivel de formalización es medio. A pesar de que la interacción es sencilla (texto, fundamentalmente, y posibilidad de contenido multimedia) y no hay unas pautas o normativas preestablecidas, la autogestión que hace la comunidad invita a alinearse progresivamente con la <i>netiqueta</i> o los códigos de comunicación de la comunidad.</p>	<p>Se confía en el buen hacer de los usuarios y su acatamiento de la política de uso aceptable (https://es.quora.com/about/acceptable_use): ser amable y respetuoso, respetar derechos de los demás, etc.</p> <p>Si un usuario encuentra contenido que considera que no acata las reglas, puede informar a la plataforma (<i>acoso, spam, plagio...</i>). Quora puede eliminar el contenido o limitar y/o cancelar la cuenta del usuario.</p>	<p>Las herramientas principales son la pregunta y la respuesta/s.</p> <p>Otras herramientas, entre otras: voto positivo/negativo (herramienta principal para promocionar/degradar una respuesta dada), compartir, marcar (para guardar en nuestros marcadores una respuesta existente) o agradecer (para notificar al creador de la respuesta tu agradecimiento, privado).</p>

Descripción	Capacidad	Tipología	Moderación	Herramientas
<p><i>La enciclopedia libre es, textualmente, su eslógan. En varios idiomas y editada de manera colaborativa. La administra la Fundación Wikimedia y fue creada por Jimmy Wales y Larry Sanger.</i></p> <p>Es un sitio web, de tipo <i>wiki</i>, colaborativo. Considerada la mayor enciclopedia del mundo con más de 46 millones de entradas en más de 300 idiomas (https://www.eldiario.es/internacional/Wikitribune-enciclopedia-grande-aplicado-periodico_0_708680153.html).</p>	<p>Si tomamos como referencia el sitio en global, su capacidad de creación de comunidad es alta: la enciclopedia colaborativa más grande creada nunca antes, con colaboradores voluntarios de manera altruista.</p> <p>Si creamos como referencia su capacidad para crear grupos de trabajo o colaborar entre distintos usuarios dentro de la plataforma, sus capacidades son más débiles: su foco de trabajo es la elaboración de artículos (o entradas) y las herramientas de colaboración se alinean en torno a ese objetivo.</p>	<p>Los lazos creados son débiles y se colabora en torno al contenido (editando, corrigiendo... o leyendo, compartiendo, denunciando...).</p> <p>El nivel de formalización es alto. Existen normas de uso, procedimientos de publicación, etc. Incluso en la edición del contenido hay que seguir ciertas pautas o convenios. Existe, al efecto de introducir a nuevos miembros en la comunidad, incluso un programa de tutoría (https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Programa_de_tutor%CA3%ADa).</p>	<p>En general, la comunidad se autorregula y no tiene unas normas firmes (https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Los_cinco_pilares).</p> <p>Se confía en el buen hacer de los usuarios y su acatamiento de (más bien, adhesión a) la política de uso, manual de uso, convenciones, etc. (https://es.wikipedia.org/wiki/Ayuda:Contenidos, Políticas y convenciones).</p> <p>Un usuario puede informar errores de un artículo o denunciar vandalismo (ediciones interesadas, falsas, no verificables, etc. del contenido).</p>	<p>La herramienta principal es la edición (<i>wiki</i>, texto) del contenido. En la edición de un <i>wiki</i>, cualquier entrada (web) puede editarse directamente en el propio navegador web. Una vez finalizada la edición, la infraestructura técnica guarda las sucesivas versiones de la entrada.</p>

Descripción	Capacidad	Tipología	Moderación	Herramientas
<p>Es una plataforma de periodismo colaborativo, basado en evidencia, iniciativa de Jimmy Wales (creador de Wikipedia), para combatir el auge actual de las noticias falsas.</p> <p>Cuenta con un equipo de periodistas contratados (núcleo), pero cualquier usuario dado de alta puede publicar noticias y participar en la edición de las ya publicadas.</p>	<p>La capacidad de creación de comunidad es alta.</p> <p>Hay un núcleo de periodistas contratados que forman el núcleo de la comunidad, pero la publicación/edición/amplificación/corrección/... de contenidos es colaborativa entre iguales entre todos los usuarios de la comunidad (que participen, claro).</p>	<p>Los lazos creados son débiles. Siendo una plataforma todavía en sus primeras etapas de desarrollo, es aventurado prever si esta situación se alterará en adelante.</p> <p>El nivel de formalización es bajo, cada usuario puede publicar (agregar una historia) siguiendo unas pautas mínimas: no se exigen estructuras ni desarrollo de esquemas o seguimiento de normativas estrictas específicas, más allá de que una historia tenga titular, resumen y contenido.</p> <p>Sin embargo, el contenido publicado sí debe respetar algunos valores: neutralidad, verificabilidad, atribución, etc.</p>	<p>La comunidad, inicialmente, se autorregula.</p> <p>Cualquier usuario puede agregar una historia, pero no se publicará (queda pendiente de revisión) hasta que un miembro del equipo de WikiTribune o un socio de confianza de la comunidad lo apruebe (https://es.wikitribune.com/project/conducta-en-wikitribune-que-puedes-esperar-que-esperamos-nosotros/).</p> <p>Los usuarios también pueden editar una información, establecer conversación ("área relacionada con una historia individual o perfil"), marcar (informar o denunciar una información, lo que puede derivar en un bloqueo o eliminación de cuenta del usuario que la publicó) y sugerir o corregir/amplificar contenido.</p>	<p>El usuario puede publicar 2 tipos principales de contenido: historias (artículos, noticias) y proyectos (los proyectos, basados en <i>wiki</i>, se utilizan para colaborar entre varios usuarios)</p>

Descripción	Capacidad	Tipología	Moderación	Herramientas
<p>Slack es una plataforma de comunicación instantánea, con foco en el entorno empresarial y/o comunitario (un equipo, un grupo de amigos, una comunidad de práctica sobre alguna cuestión concreta, por ejemplo, también pueden usarlo efectivamente).</p> <p>Desde su fundación en 2013, Slack fue la empresa que más rápidamente alcanzó los 1000 M USD de valoración, con un crecimiento y adopción por parte de la comunidad muy notable.</p> <p>Puede usarse mediante cliente web, pero también desde clientes en ordenador, tableta o <i>smartphone</i>.</p> <p>Puede crearse un <i>espacio de trabajo</i> en varios planes (desde gratuito, con limitaciones de volumen, a de pago, con distintas capacidades ampliadas).</p>	<p>La capacidad de creación de comunidad es muy alta.</p> <p>En Slack se trabaja en torno a un <i>espacio de trabajo</i>, que puede ser abierto (cualquiera puede unirse) o cerrado (acceso mediante invitación). En el espacio de trabajo, encontramos canales (abiertos o cerrados), chats directos y chats grupales.</p> <p>Es ampliable mediante Apps (integración con productos de terceros, por ejemplo, gestores de tareas, calendario, RRHH, bots, etc.) y Acciones (integración y parametrización de flujos de trabajo automáticamente desencadenados).</p> <p>Todo ello, en colaboración, permite un desarrollo comunitario muy potente y personalizado.</p>	<p>Los lazos creados en la plataforma son débiles (un usuario se une a la plataforma y no hay herramientas para vincularse con otros usuario individualmente, tipo <i>Amistad</i> de Facebook o <i>Seguir</i> de Twitter).</p> <p>La propia dinámica de la comunidad permite la consolidación de los lazos, fundamentalmente a través de los chats directos.</p> <p>Dado que cada comunidad crea su espacio de trabajo en la plataforma, el nivel de formalización lo define cada comunidad. Podemos encontrar espacios de trabajo sin formalización alguna y otros con normas de netiqueta, recomendaciones de uso, etc.</p>	<p>Slack facilita una plataforma de comunicación privada para un grupo/equipo/comunidad, siendo el ámbito de publicación restringido al espacio de trabajo.</p> <p>La política de moderación se establece a nivel local en cada comunidad.</p> <p>Slack dispone de herramientas para facilitar la moderación, como las listas de palabras a <i>bannear</i> (palabras malsonantes, etc.). También, hay distintos tipos de usuarios (propietario, administradores, usuarios, invitados), entre los cuales se establecen roles diferenciados: el propietario es el superadministrador del espacio de trabajo y podrá, entre otras cosas, desactivar cuentas de usuarios o cambiar las políticas de acceso a la comunidad.</p>	<p>La herramienta principal es el mensaje que un usuario puede enviar a un canal, un chat directo o un chat grupal, y que puede ser textual o multimedia.</p> <p>Entre otras herramientas con las que Slack cuenta por defecto (sin integrar <i>Apps</i>) están:</p> <ul style="list-style-type: none"> - los posts y/o <i>snippets</i> (tipo artículo de blog o fragmentos de código accesibles desde la conversación en la que se publica, ya sea canal o chat individual/grupal). - las llamadas (plan gratuito, individuales). - los archivos compartidos (se sube un archivo y se comparte en la conversación automáticamente). - las reacciones: a cada mensaje se le puede indicar mediante un botón una reacción asociada a un emoji (ejemplo: 👍).

Descripción	Capacidad	Tipología	Moderación	Herramientas
<p>Google Drive es una solución de Google para almacenar archivos en la nube (de cualquier tipo, incluida automatización de copias de seguridad y fotos), pudiendo así compartir archivos/carpetas con otros usuarios.</p> <p>Aún siendo productos diferenciados, considero incluido en este breve análisis otros productos de Google fuertemente integrados, como son Gmail, Docs, Forms... Estos productos amplían de manera considerable las capacidades colaborativas de la plataforma.</p> <p>Se analiza el producto a nivel genérico, sin entrar en detalles como la posibilidad de usarlo individualmente o en un entorno comunitario (por ejemplo, Google Apps para Educación, donde se pueden crear unidades organizativas, equipos...).</p>	<p>La capacidad de creación de comunidades es media/alta.</p> <p>Si usamos Drive con una cuenta individual, podremos colaborar con otro/s usuarios compartiendo documentos, carpetas... pero las relaciones entre los miembros del grupo no se pueden analizar/monitorizar/gestionar: se trata de interacciones 1-1 o 1-n, aisladas, que no facilitan la creación de una comunidad –quizá, como consecuencia de herramientas que facilitan ese proceso usando como infraestructura Drive, como sería el caso de Slack.</p> <p>Si usamos Drive con una cuenta corporativa (G-Suite, Google Apps para Educación...), sus capacidades se incrementan: podremos gestionar usuarios, equipos o grupos de trabajo...</p>	<p>Los lazos son, mayoritariamente, fuertes: colaboramos o trabajamos con personas a las que conocemos en otras redes o entornos.</p> <p>El nivel de formalización es bajo, si bien en un entorno corporativo se pueden establecer políticas de uso, reglamentar el uso de los distintos productos o ampliar/restringir las funcionalidades disponibles.</p>	<p>El usuario es responsable del contenido que almacena, comparte y edita en la plataforma, y deberá cumplir con las condiciones de servicio de Google (https://www.google.com/intl/es_ALL/drive/terms-of-service/).</p> <p>También, deben cumplirse las condiciones del programa (https://support.google.com/docs/answer/148505), por lo que se pueden notificar abusos, infracciones, etc. De comprobar Google el incumplimiento de dichas condiciones, puede realizar diversas acciones (https://support.google.com/docs/answer/2463296?hl=es&ref_topic=1360897): bloquear o eliminar contenidos y cuentas de usuario, modificar permisos de acceso al contenido, etc.</p>	<p>Las dos principales herramientas de Google Drive para un usuario son el archivo y la carpeta.</p> <p>Archivos: además de compartirse, algunos pueden editarse, individual o colaborativamente, mediante Docs, Sheets, etc. Cada una de estas herramientas cuenta con funcionalidades de colaboración adicionales (escapa del alcance del presente análisis).</p> <p>Carpetas: aglutinan diversos archivos, facilitando la colaboración/compartición de estos.</p>

Descripción	Capacidad	Tipología	Moderación	Herramientas
<p>Telegram es una aplicación de mensajería instantánea, enfocada a velocidad y seguridad. Es multiplataforma: disponible en escritorio, clientes móviles y cliente web.</p> <p>Se tiende a pensar en Telegram como un análogo de WhatsApp, pero tiene 3 características diferenciales (entre otras):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Telegram no pertenece a una empresa. Se creó y es apoyada por los hermanos Pavel y Nikolai Durov. 2. Telegram puede usarse en varios dispositivos a la vez y siempre están sincronizados (WhatsApp se vincula a un dispositivo). 3. Telegram puede ser usado mediante número de móvil o mediante alias (usuario), a diferencia de WhatsApp que requiere de un número de teléfono móvil. 	<p>La capacidad de creación de comunidad es muy alta.</p> <p>Además de los chats directos, los chats grupales (hasta 100.000 usuarios y con herramientas como respuestas, menciones... que ha ido copiando WhatsApp), tiene la posibilidad de crear canales de difusión (públicos o privados).</p>	<p>Un usuario recién llegado a Telegram podrá contactar directamente mediante chat con sus contactos en la plataforma. En este sentido, inicialmente se trata de lazos fuertes.</p> <p>Cualquier usuario puede, además, usar la herramienta "Buscar" para encontrar otros usuarios o canales con los que entrar en contacto. En este caso, hablamos de lazos débiles.</p> <p>El nivel de formalización en muy bajo, produciéndose una comunicación y participación fluida y espontánea.</p> <p>No obstante, se pueden configurar bots en los chats grupales para intentar moderar/gestionar la participación.</p>	<p>Telegram tiene la defensa de la privacidad como uno de sus valores principales, por lo que no existe moderación alguna sobre el contenido privado (ya sea en chats individuales, grupales o canales privados), que siempre se cifra <i>end-to-end</i> (solo los dispositivos emisor y receptor/es pueden acceder al contenido).</p> <p>Sí se puede notificar contenido ilegal (https://telegram.org/faq/es#p-hay-contenido-ilegal-en-telegram-cmo-puedo-quitarlo-de-ah), siempre y cuando su publicación sea con acceso público, es decir, en abierto (ejemplo: un canal público o un bot con acceso público).</p>	<p>La herramienta principal es el mensaje (texto, multimedia) a través de chats individual o grupal. Existe la posibilidad de realizar chats secretos (https://telegram.org/faq/es#p-cul-es-la-diferencia-de-los-chats-secretos), en los cuales no se puede reenviar mensajes, entre otras características.</p> <p>También, se pueden crear o acceder a canales de difusión (los mensajes aquí enviados funcionan análogamente al caso anterior).</p> <p>Otra herramienta: llamadas de voz con cifrado end-to-end.</p>

Descripción	Capacidad	Tipología	Moderación	Herramientas
<p>Red social basada en la fotografía, inicialmente, adquirida en 2012 por Facebook.</p> <p>En la actualidad, también permite compartir vídeos y stories (un formato de comunicación importado de SnapChat, basado en contenido multimedia corto y volátil, que expira/caduca automáticamente).</p> <p>Según Manovich (Manovich, L. (n.d.). Instagram and contemporary image.), se distinguen 3 tipos principales de fotos en Instagram: casuales, profesionales y diseñadas (o de diseño). También Manovich habla sobre el impacto de Instagram en la democratización en el acceso a la fotografía para todos los usuarios, fundamentalmente poniendo en sus –nuestras– manos filtros sencillos y efectivos en un dispositivo móvil.</p>	<p>La capacidad de creación de comunidad es media/alta.</p> <p>El usuario puede tener su cuenta en abierto o cerrada (accesible solo para usuarios aceptados). Las publicaciones tienen el ámbito de publicación de la cuenta del usuario. En este sentido, se pueden establecer lazos interpersonales, pero es más complejo crear grupos formalizados.</p> <p>Desde la incorporación de las Stories, que buscan generar una interacción más constante entre los usuarios, a mi juicio se mejoró la capacidad de Instagram para crear comunidades, en base a esta interacción más continua en torno a contenidos volátiles, que no hace sino estrechar la relación entre usuarios.</p>	<p>Los lazos son, en general, débiles. Se puede seguir a usuarios con los que ya tengamos relación y a otros con los que solo interaccionemos en Instagram, sin necesidad de reciprocidad en el seguimiento.</p> <p>En el caso de cuentas cerradas, los lazos son fuertes: para acceder al contenido de una cuenta cerrada, el propietario debe concedernos permiso.</p> <p>El nivel de formalización es bajo, aunque si se quiere participar en algún grupo (temático o de otro tipo), se suele emplear algún tipo de netiqueta (por ejemplo, acordar <i>hashtags</i>).</p>	<p>El usuario puede publicar directamente el contenido y es responsable de cumplir las Normas comunitarias de Instagram (https://help.instagram.com/477434105621119).</p> <p>En caso contrario, bien porque Instagram detecte incumplimiento, bien porque reciba denuncia o notificación de incumplimiento, la red puede eliminar contenido, inhabilitar o cancelar cuentas de usuario (existen controversias periódicas respecto al contenido publicado y su censura o no, por ejemplo, respecto a fotos que muestran lactancia, pechos de mujer o desnudos; no se referencian ejemplos, entendiendo que son fácilmente localizables en la red).</p>	<p>Las herramientas principales son la publicación (foto o vídeo) y el like (que en Instagram se simboliza con ❤️).</p> <p>También, se puede publicar contenido como Stories (multimedia).</p> <p>Finalmente, se puede comentar las publicaciones de la red.</p>

Descripción	Capacidad	Tipología	Moderación	Herramientas
<p>Facebook es un ecosistema, dinámico y creciente, de aplicaciones interconectadas e interrelacionadas. El sitio principal, facebook.com, es una red social generalista, donde los usuarios (individuos u organizaciones) pueden compartir los contenidos que deseen.</p> <p>Creada por Mark Zuckerberg en 2004, sus orígenes ya fueron controvertidos (véase la película <i>La red social</i>). Cuenta con más de 2,2 mil millones de usuarios (https://es.wikipedia.org/wiki/Facebook, enero-2019).</p>	<p>La capacidad de creación de comunidad es muy alta.</p> <p>Los usuarios pueden interactuar entre sí, en grupos (abiertos, cerrados o secretos), con páginas, puede seguirse perfiles o páginas sin necesidad de establecer relación, se puede interactuar mediante aplicaciones en Facebook, colaborar en torno a eventos o publicaciones, etc.</p> <p>Facebook es un ecosistema enfocado a la interacción. Su monetización es a través de publicidad (anuncios a los usuarios), por lo que todo su desarrollo y algoritmos de funcionamiento se orientan a la retención de la –atención de la– audiencia.</p>	<p>La filosofía original de Facebook se orientaba al establecimiento de lazos fuertes pero, paulatinamente, ha adoptado funcionalidades para permitir y fomentar los lazos débiles (por ejemplo, la posibilidad de seguir perfiles sin establecer relación con el usuario/página).</p> <p>El nivel de formalización es bajo, en general, si bien en el caso de los grupos se pueden establecer normas de netiqueta.</p>	<p>Análoga a Instagram.</p> <p>El usuario puede publicar contenido directamente en la red y se confía en que se adecuará a las Normas comunitarias (https://www.facebook.com/communitystandards/).</p> <p>En caso de sospecha de incumplimiento o denuncia, Facebook puede eliminar el contenido o bloquear/cancelar la cuenta del usuario.</p>	<p>Como se ha descrito, el ecosistema de Facebook es muy extenso, por lo que abarcarlo completamente escapa del alcance del presente análisis.</p> <p>Entre las herramientas principales podemos citar:</p> <ul style="list-style-type: none"> - el muro de Facebook: publicaciones, comentarios y reacciones (<i>Me gusta, Me encanta, Me enfada</i>, etc.). - los mensajes y el chat con usuarios y páginas. - la compartición de publicaciones con usuarios, páginas, grupos, etc. - Las historias (análogas a las <i>Stories</i> de Instagram). - los grupos (abiertos, cerrados o secretos). <p>Algunas más recientes son Watch (vídeos en Facebook) y Marketplace (compra-venta de segunda mano).</p>

Descripción	Capacidad	Tipología	Moderación	Herramientas
<p>Es una aplicación de mensajería instantánea efímera, es decir, enfocada al contenido volátil, que caduca o expira.</p> <p>Se usa mediante <i>smartphone</i> y está orientada a la creación de contenido audiovisual de manera sencilla (vídeos, emojis, imágenes editadas, etc.). También, permite enviar textos y, de nuevo, por defecto expiran.</p> <p>No es una de las redes sociales con mayor número de usuarios en España, pero es característico el perfil de sus usuarios: orientada al público joven. Según el Estudio Anual de Redes Sociales 2018 (https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-redes-sociales-2018_vreducida.pdf), se observa una tasa de penetración de Snapchat del 33% en Generación Z frente a un 9% en Millenials.</p>	<p>La capacidad de creación de comunidad es baja/media.</p> <p>Su enfoque al contenido efímero y volátil, especialmente de tipo visual o audiovisual, dificulta la creación de comunidades de práctica.</p> <p>Ofrece la posibilidad de comunicación grupal, mediante chats grupales, con la limitación de 31 amigos (https://support.snapchat.com/es/a/group-chat). Está más orientado a la comunicación de grupos de amigos/as o similar.</p>	<p>Los lazos son, en general, fuertes. Snapchat está orientado a la comunicación con personas conocidas (los Amigos son contactos que ya tienen Snapchat; no existe aceptación de la amistad, pero las 2 personas tienen que estar en la red y, al menos, no bloquearse/eliminarse).</p> <p>Desde hace algún tiempo, la plataforma incorpora funcionalidad para introducir contenido empresarial (ejemplo: anuncios o historias de medios como The New York Times), por lo que en este sentido hablaríamos de lazos débiles.</p> <p>Se orienta a una comunicación fluida, de fuerte cultura visual y creativa, por lo que el nivel de formalización es muy bajo.</p>	<p>El usuario puede publicar directamente en la red, sin moderación previa del contenido.</p> <p>Las publicaciones deben respetar las Pautas para la comunidad (https://support.snapchat.com/es/a/guidelines).</p> <p>En caso contrario, Snapchat puede tomar medidas: eliminar el contenido, cerrar cuentas de usuario, notificar a las autoridades, etc.</p>	<p>Snapchat tiene una fuerte orientación a lo visual, efímero y en movilidad.</p> <p>Su herramienta principal es el <i>snap</i>: contenido audiovisual (audio, vídeo o ambos, imagen...), enviado como chat individual o grupal.</p> <p>Otra herramienta es la Storie o <i>Historia</i> (este concepto es que posteriormente han incorporado Facebook, Instagram).</p> <p>Snapchat también cuenta con la posibilidad de hacer videochats, llamadas de voz y vídeo, notas de audio y video, entre otras.</p>

ESCENARIOS VIRTUALES PARA LA PARTICIPACIÓN
MÁSTER EN COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN EN LA RED (UNED)

PEC 2
LUIS JOAQUÍN SIMÓN LÁZARO

