CBS

Colegio Bautista Shalom

Tics 3
Tercero Básico
Tercer Bimestre

Alégrate, joven, en tu juventud, y tome placer tu corazón en los días de tu adolescencia; y anda en los caminos de tu corazón y en la vista de tus ojos; pero sabe, que sobre todas estas cosas te juzgará Dios. Eclesiastés 11:9

Contenidos

APLICACIONES MULTIMEDIA

- ✓ MULTIMEDIA.
- ✓ HIPERTEXTUAL.
- ✓ CLASIFICACIÓN SEGÚN SU SISTEMA DE NAVEGACIÓN.
- ✓ CLASIFICACIÓN SEGÚN SU FINALIAD Y BASE TEÓRICA.
- ✓ CLASIFICACIÓN SEGÚN EL NIVEL DE CONTROL QUE TIENE EL PROFESIONAL.

PIKTOCHART

- ✓ CÓMO CREAR UNA INFOGRAFÍA.
- ✓ POR QUÉ USAR UNA INFOGRAFÍA.

EASELLY

- ✓ CREAR UNA CUENTA EN EASELLY.
- ✓ INICIAR SESIÓN EN EASELLY.
- ✓ PÁGINA DE INICIO DE EASELLY.

INFOGRAM

REDES SOCIALES

- ✓ DEFINICIÓN DE MEDIOS SOCIALES.
- ✓ DEFINICIÓN DE REDES SOCIALES.
- ✓ DIFERENCIA ENTRE MEDIOS SOCIALES Y REDES SOCIALES.
- ✓ BREVE HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES.
- ✓ DE LA TEORÍA DE LOS 6 GRADOS A LA REGLA DE LOS 3 GRADOS DE INFLUENCIA.
- ✓ TIPOS DE REDES SOCIALES.
- ✓ OTRAS CLASIFICACIONES DE REDES SOCIALES.
- ✓ VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE PARTICIPAR EN REDES SOCIALES.
- ✓ PRINCIPALES REDES SOCIALES EN EL MUNDO.
- ✓ REDES SOCIALES MÁS POPULARES.
- ✓ SEGURIDAD PERSONAL EN LAS REDES SOCIALES.

NOTA: conforme avances en el aprendizaje tu catedrático(a) indicará la actividad o ejercicio a realizar. Sigue sus instrucciones.

Alégrate, joven, en tu juventud, y tome placer tu corazón en los días de tu adolescencia; y anda en los caminos de tu corazón y en la vista de tus ojos; pero sabe, que sobre todas estas cosas te juzgará Dios. Eclesiastés 11:9

APLICACIONES MULTIMEDIA

Más interesantes para el desarrollo de procedimientos, habilidades y conocimientos, son las aplicaciones multimedia interactivas. *"Los sistemas Multimedia, en el sentido que hoy se da al término, son básicamente sistemas interactivos con múltiples códigos"* (Bartolomé, A. 1994). Según Fred Hoffstetter: Multimedia es el uso del ordenador para presentar y combinar: texto, gráficos, audio y vídeo con enlaces que permitan al usuario navegar, interactuar, crear y comunicarse.

Las aplicaciones multimedia pueden estar almacenados en CD-ROMs (uso off-line) o residir en páginas de Web (uso on-line). La evolución producida en los sistemas de comunicación ha dado lugar a este tipo heterogéneo de aplicaciones o programas que tienen dos características básicas:

1) **Multimedia:** uso de múltiples tipos de información (textos, gráficos, sonidos, animaciones, videos, etc.) integrados coherentemente.
2) **Hipertextual:** interactividad basada en los sistemas de hipertexto, que permiten decidir y seleccionar la tarea que deseamos realizar, rompiendo la estructura lineal de la información.

MULTIMEDIA

Uso de múltiples tipos de información (textos, gráficos, sonidos, animaciones, videos, etc.) integrados coherentemente.

El uso de los diferentes códigos o medios en la que se presenta la información viene determinado por la utilidad y funcionalidad de los mismos dentro del programa. Y, la inclusión de diferentes medios de comunicación -auditivo, visual- facilita el aprendizaje, adaptándose en mayor medida a los sujetos, a sus características y capacidades (pueden potenciar: memoria visual, comprensión visual, memoria auditiva, comprensión oral, etc.).

A continuación presentamos brevemente la función que pueden realizar cada uno de estos códigos de información.

1. **Texto.** Para Daniel Insa y Rosario Morata "*El texto refuerza el contenido de la información y se usa básicamente para afianzar la recepción del mensaje icónico, para asegurar una mejor comprensión aportando más datos y para inducir a la reflexión*" (1998: 5). La inclusión de texto en las aplicaciones multimedia permite desarrollar la comprensión lectora, discriminación visual, fluidez verbal, vocabulario, etc. El texto tiene como función principal favorecer la reflexión y profundización en los temas, potenciando el pensamiento de más alto nivel. En las aplicaciones multimedia, además permite aclarar la información gráfica o icónica. Atendiendo al objetivo y usuarios a los que va destinada la aplicación multimedia podemos reforzar el componente visual del texto mediante modificaciones en su formato, resaltando la información más relevante y añadiendo claridad al mensaje escrito.
2. **Sonidos.** Los sonidos se incorporan en las aplicaciones multimedia principalmente para facilitar la comprensión de la información clarificándola. Los sonidos que se incorporar pueden ser locuciones orientadas a completar el significado de las imágenes, música y efectos sonoros para conseguir un efecto motivador captando la atención del usuario. Son especialmente relevantes para algunas temáticas (aprendizaje de idiomas, música, ...) y sin lugar a duda, para las aplicaciones multimedia cuya finalidad es la intervención en problemas de comunicación y/o lenguaje. Asimismo, la inclusión de locuciones y sonidos favorece el refuerzo de la discriminación y memoria auditiva.
3. **Gráficos iconos.** Un elemento habitual en las aplicaciones multimedia son los elementos iconográficos que permiten la representación de palabras, conceptos, ideas mediante dibujos o imágenes, tendiendo a la representación de lo esencial del concepto o idea a transmitir. Como indica Martínez Rodrigo *"El lenguaje visual gráfico o iconográfico implica habitualmente abstracción aun cuando se plantee en términos de hiperrealismo. Siempre un lenguaje icónico tiende a la abstracción por ser un modo de expresión que busca la realidad en los códigos universales. ... La abstracción supone el arribo de una imagen visual a la condición de código"* (1997). Su carácter visual le da un carácter universal, no sólo particular, son por ello adecuadas para la comunicación de ideas o conceptos en aplicaciones que pueden ser utilizadas por personas que hablan diferentes idiomas o con distintos niveles en el desarrollo del lenguaje.
4. **Imágenes estáticas.** Las imágenes estáticas tienen gran importancia en las aplicaciones multimedia, su finalidad es ilustrar y facilitar la comprensión de la información que se desea transmitir. Rodríguez Diéguez (1996) indica que la imagen puede realizar seis funciones distintas: representación, alusión, enunciativa, atribución, catalización de experiencias y operación. Podemos distinguir diferentes tipos de imágenes: fotografías, representaciones gráficas, fotogramas, ilustraciones, etc.
5. **Imágenes dinámicas.** Las imágenes en movimiento son un recurso de gran importancia, puesto que transmiten de forma visual secuencias completas de contenido, ilustrando un apartado de contenido con sentido propio. Mediante ellas, en ocasiones pueden simularse eventos difíciles de conocer u observar de

forma real. Pueden ser ***videos*** o ***animaciones***. La animación permite a menudo un control mayor de las situaciones mediante esquemas y figuraciones que la imagen real reflejada en los videos no posibilita.

HIPERTEXTUAL

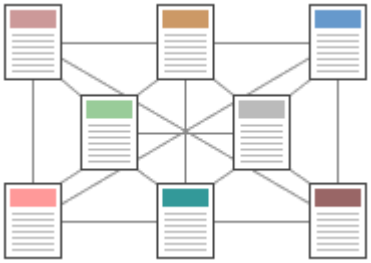
Interactividad basada en los sistemas de hipertexto, que permiten decidir y seleccionar la tarea que deseamos realizar, rompiendo la estructura lineal de la información. El término hipertexto fue utilizado en 1967 por Theodor Nelson, haciendo referencia su estructura interactiva que permite la lectura no secuencial atendiendo a las decisiones del usuario. El hipertexto es una red de información formada a partir de un conjunto de unidades de texto que se conectan por múltiples enlaces. En las aplicaciones multimedia interactivas se pueden establecer diferentes tipos de interrelación entre el usuario y el programa, dando mayor o menor libertad al usuario para poder establecer su propio recorrido dentro de la aplicación. El sistema de navegación que utiliza el usuario por el programa está determinado por la estructura de la aplicación que debe atender a la finalidad y características de la aplicación multimedia interactiva.

CLASIFICACIÓN SEGÚN SU SISTEMA DE NAVEGACIÓN

La estructura seguida en una aplicación multimedia es de gran relevancia pues determina el grado de interactividad de la aplicación, por tanto, la selección de un determinado tipo de estructura para la aplicación condicionará el sistema de navegación seguido por el usuario y la posibilidad de una mayor o menor interacción con la aplicación. No existe una estructura mejor que otra, sino que esta estará subordinada a la finalidad de la aplicación multimedia. Los sistemas de navegación más usuales en relación a la estructura de las aplicaciones son:

1. **LINEAL.** El usuario sigue un sistema de navegación lineal o secuencial para acceder a los diferentes módulos de la aplicación, de tal modo que únicamente puede seguir un determinado camino o recorrido. Esta estructura es utilizada en gran parte de las aplicaciones multimedia de ejercitación y práctica o en libros multimedia.

2. **RETICULAR.** Se utiliza el hipertexto para permitir que el usuario tenga total libertad para seguir diferentes caminos cuando navega por el programa, atendiendo a sus necesidades, deseos, conocimientos, etc. Sería la más adecuada para las aplicaciones orientadas a la consulta de información, por ejemplo para la realización de una enciclopedia electrónica.



3. **JERARQUIZADO.** Combina las dos modalidades anteriores. Este sistema es muy utilizado pues combina las ventajas de los dos sistemas anteriores (libertad de selección por parte del usuario y organización de la información atendiendo a su contenido, dificultad, etc.).

Orihuela y Santos (1999) distinguen además otros cuatro tipos de estructuras en las aplicaciones multimedia interactivas: Paralela, Ramificada, Concéntrica y Mixta.

CLASIFICACIÓN SEGÚN SU FINALIAD Y BASE TEÓRICA

Se han desarrollado multitud de aplicaciones multimedia, con diferentes objetivos y funciones pedagógicas. Así, tenemos: enciclopedias multimedia, cuentos interactivos, juegos educativos, aplicaciones multimedia tutoriales, etc. La finalidad de las aplicaciones multimedia puede ser predominantemente informativa o formativa, así Bartolomé (1999) diferencia dos grandes grupos de multimedias:

1. **Multimedias informativos**:

    a. **Libros o cuentos multimedia.** Se parecen a los libros convencionales en formato papel en cuanto a que mantienen una estructura lineal para el acceso a la información, pero en sus contenidos tiene un mayor peso o importancia el uso de diferentes códigos en la presentación de esta información (sonidos, animaciones,...).

Alégrate, joven, en tu juventud, y tome placer tu corazón en los días de tu adolescencia; y anda en los caminos de tu corazón y en la vista de tus ojos; pero sabe, que sobre todas estas cosas te juzgará Dios. Eclesiastés 11:9

b. **Enciclopedias y diccionarios multimedia.** Al igual que las enciclopedias y diccionarios en papel son recursos de consulta de información, por lo que su estructura es principalmente reticular para favorecer el rápido acceso a la información. Las enciclopedias y diccionarios multimedia utilizan bases de datos para almacenar la información de consulta de forma estructurada, de modo que el acceso a la misma sea lo más rápido y sencillo.
c. **Hipermedias.** Son documentos hipertextuales, esto es con información relacionada a través de enlaces, que presentan información multimedia. Su estructura es en mayor o menor grado jerarquizada, utilizando diferentes niveles de información. No obstante, los usuarios tienen gran libertad para moverse dentro de la aplicación atendiendo a sus intereses.

2. Multimedias formativos:

a. **Programas de ejercitación y práctica.** Presentan un conjunto de ejercicios que deben realizarse siguiente la secuencia predeterminada del programa. Se basan en la teoría conductista y utilizan un feedback externo para el refuerzo de las actividades. Han sido muy cuestionados desde la perspectiva pedagógica, aunque tienen un importante desarrollo y uso en actividades que exigen el desarrollo y ejercitación de destrezas concretas.
b. **Tutoriales.** Son semejantes a los programas de ejercitación pero presentan información que debe conocerse o asimilarse previamente a la realización de los ejercicios. En muchos tutoriales se presenta la figura del tutor (imagen animada o video) que va guiando el proceso de aprendizaje. Siguen los postulados del aprendizaje programado.
c. **Simulaciones.** Tienen por objeto la experimentación del usuario con gran variedad de situaciones reales. Básicamente el programa muestra un escenario o modelo sobre el que el estudiante puede experimentar, bien indicando determinados valores para las variables del modelo, o bien realizando determinadas acciones sobre el mismo, comprobando a continuación los efectos que sus decisiones han tenido sobre el modelo propuesto. De este modo, el usuario toma un papel activo en su proceso de aprendizaje, decidiendo que hacer y analizando las consecuencias de sus decisiones. Se basan en el aprendizaje por descubrimiento.
d. **Talleres creativos.** Promueven la construcción y/o realización de nuevos entornos creativos a través del uso de elementos simples. Por ejemplo, juegos de construcción, taller de dibujo,...
e. **Resolución de problemas.** Estas aplicaciones multimedia tienen por objeto desarrollar habilidades y destrezas de nivel superior, basándose en la teoría constructivista. Para ello, se plantean problemas contextualizados en situaciones reales, que requieren el desarrollo de destrezas tales como comprensión, análisis, síntesis, etc. Para ello se proporcionan materiales y recursos para su solución, junto a materiales adicionales para profundizar en el tema planteado.
f. **Caza del tesoro.** Una caza del tesoro es un documento hipermedia (página web) en la que se presentan una serie de preguntas sobre un determinado tema, junto a una lista de direcciones web en las que se pueden buscar las respuestas. Como punto final se incluye una pregunta "la gran pregunta", que los alumnos deben responder a partir de la comprensión e integración de lo aprendido durante la búsqueda y resolución de las preguntas, pues no es posible encontrar la respuesta de forma directa. Como indica Adell (2003) "*Las cazas del tesoro son estrategias útiles para adquirir información sobre un tema determinado y practicar habilidades y procedimientos relacionados con las tecnologías de la información y la comunicación en general y con el acceso a la información a través de la Internet en particular*". En Internet podemos encontrar ejemplos de Cazas de Tesoro y aplicaciones que permiten su creación (Aula 21).
g. **WebQuest.** La metodología WebQuest desarrollada por Bernie Dodge y Tom March, es una actividad orientada a la investigación, en la que parte o toda la información con la que interaccionan los alumnos, proviene de Internet. WebQuest usa el mundo real, y tareas auténticas para motivar al alumnado. Están compuestas por seis partes esenciales: Introducción, Tarea, Proceso, Recursos, Evaluación y Conclusión. Su estructura es constructivista y por tanto fuerza a los alumnos a transformar la información y entenderla; sus estrategias de aprendizaje cooperativo ayudan a los estudiantes a desarrollar habilidades y a contribuir al producto final del grupo [March,1999]. Existen múltiples páginas en Internet que ofrecen ejemplos de WebQuest, como por ejemplo Eduteka que nos presenta diversos ejemplos de WebQuest en español.
h. **Wiki.** Es una aplicación orientada al aprendizaje colaborativo. Básicamente consiste en la elaboración de documentos multimedia de forma colaborativa. Los documentos (páginas wiki) se alojan en un servidor y puede ser escritos por un conjunto de personas a través de un navegador, utilizando una notación sencilla para dar formato, crear enlaces, etc. Cuando alguien edita una página wiki, sus cambios aparecen inmediatamente en la web, sin pasar por ningún tipo de revisión previa.

CLASIFICACIÓN SEGÚN EL NIVEL DE CONTROL QUE TIENE EL PROFESIONAL

Una de las características más deseables en una aplicación multimedia es su capacidad para poder ser configurado y/o adaptado por el profesional para poder atender las necesidades concretas de los usuarios. Los tipos de software según el menor o mayor nivel de control por parte del profesional son:

1. **Programas cerrados.** Lo componen los programas informáticos, que trabajan sobre un determinado contenido, y el profesional, no tiene posibilidad de modificarlo y/o adaptarlo a las características de las personas con las que trabaja. Tienen una estructura secuencial que no puede ser modificada por el usuario.
2. **Programas semiabiertos.** Estas aplicaciones permiten que el profesional modifique algunos de las características del programa o tome decisiones sobre el itinerario a seguir. Algunos programas semiabiertos permiten seleccionar diferentes niveles de dificultad en las actividades a realizar, así como adaptar el interface del usuario a las características del mismo (tamaño de las letras, tipografía, etc.), y la gran mayoría de los mismos son aplicaciones hipermedia que permiten que el usuario o profesional seleccione el itinerario. El programa Exler de la Escuela de Patología del Lenguaje, es un ejemplo de este tipo de programa, puesto que permite: seleccionar el tipo de actividades que deseamos realizar, el nivel de dificultad de las actividades y también ajustar la tipografía a las características de los usuarios.
3. **Programas abiertos.** Son programas informáticos, que partiendo de un conjunto de posibilidades de actuación, permiten que el profesional fije el contenido concreto a desarrollar, pudiendo adaptarlo a las necesidades de las personas concretas que lo van a utilizar. Un ejemplo de programa abierto es el programa Clic que puede ser utilizado por los logopedas para crear ejercicios y actividades orientadas a la intervención de un caso o problema concreto

PIKTOCHART

CÓMO CREAR UNA INFOGRAFÍA

Para introducirnos en la temática, primero deberíamos hablar sobre qué es una infografía y de qué sirve, para poder justificar la experiencia de ahondar en el aprendizaje de crear una y que sea memorable.

Alberto Cairo define a la infografía como **"un arte funcional que tiene la posibilidad de ser bello, no siendo su premisa principal"**. ¿Por qué es funcional? Pues, porque tiene un propósito comunicativo que cumple mediante el uso de varios soportes que complementan el mensaje. Estos soportes dependen de la función de la infografía, pero algunos son: textos, imágenes, videos, mapas, gráficos, íconos y más.

Si queremos simplificarlo, podemos decir que una infografía resulta de la combinación de datos e información con elementos de diseño.

POR QUÉ USAR UNA INFOGRAFÍA

- ✓ Las visuales tienen un 94% más de visitas que un texto común.
- ✓ La suma de texto, visuales, y videos obtiene un 100% más de respuesta del usuario.
- ✓ Le suman atractivo a cualquier sitio web.
- ✓ Las visuales son procesadas por el cerebro 60,000 veces más rápido que el texto.
- ✓ El uso de visuales aumenta el tráfico web.

Ahora que ya estamos seguros de utilizar infografías en nuestra estrategia visual, revisaremos los seis pasos esenciales para que puedas crear una infografía efectiva con la ayuda de Piktochart.

1. **Cura la información.** Aunque cuando pensamos en crear una infografía nos enfocamos en la parte del diseño, la investigación previa a crearla es quizás la parte más importante. Por más que una infografía se vea bonita, si su contenido no es relevante no cumplirá con las expectativas de los lectores. Por eso, curar la información es la base sobre la que edificaremos nuestro trabajo. Algunos puntos para tener en cuenta:

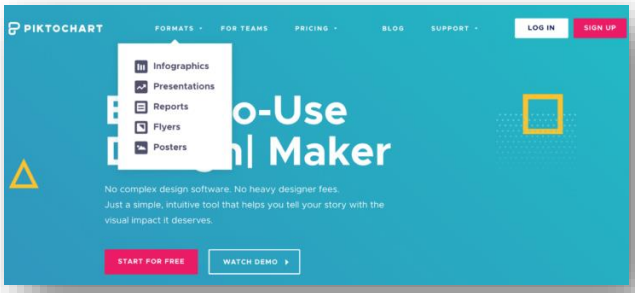
   - ✓ Siempre recuerda a quién se dirige el mensaje.
   - ✓ ¿Qué pregunta intenta responder tu infografía?
   - ✓ ¿Cuál es el objetivo de tu infografía?
   - ✓ Asegúrate de recopilar todas las fuentes para poder incluirlas en tu trabajo.
   - ✓ Organiza tu información y no olvides incluir números: la herramienta de gráficos y mapas será tu aliada.

Alégrate, joven, en tu juventud, y tome placer tu corazón en los días de tu adolescencia; y anda en los caminos de tu corazón y en la vista de tus ojos; pero sabe, que sobre todas estas cosas te juzgará Dios. Eclesiastés 11:9

Una vez que sepas lo que buscas, es hora de comenzar la investigación. ¿Por dónde empezar? Principalmente, por ¡Google! Haz una búsqueda simple para tener una mejor idea sobre qué se está hablando: ¿Qué dice la gente sobre este tema? ¿Qué dice tu competencia sobre este tema? ¿Existen otras infografías con tu misma temática? Debes conocer lo que ya existe y darle una vuelta de tuerca: tu toque personal, mejor calidad, opiniones de expertos, investigación previa, mejores visuales. El objetivo es llevarlo un nivel más allá para sumarle valor al producto final. Descubre los contenidos disponibles, y luego de estudiarlos pregúntate: ¿Cómo puedo hacer un proyecto tres veces mejor que esto?

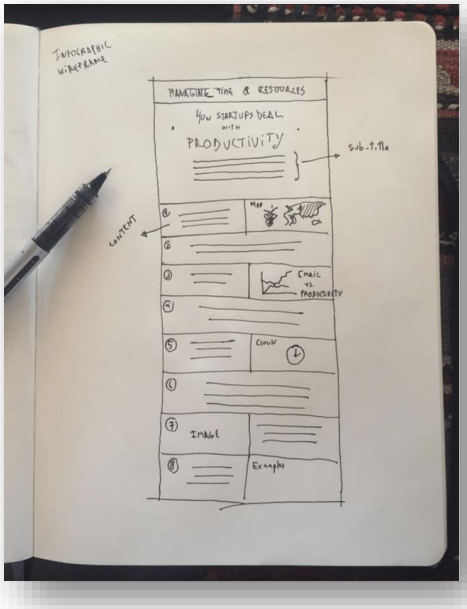
2. **Selecciona el formato.** Ya tienes el contenido de tu infografía y lo más importante: ya has definido la temática o la pregunta que responde tu trabajo. Es hora de enmarcar tu trabajo en el formato más apropiado para aprovechar al máximo su potencial comunicacional.

En Piktochart encuentras 5 formatos predeterminados que ofrecen distintas virtudes, de acuerdo a cuál sea tu necesidad habrá uno ideal para ti. Nuestros formatos son:



a. **Infografía:** el favorito de la casa. Como ya mencionamos al principio de este artículo, las infografías son representaciones visuales de información. Coloridas y gráficas, su función es contar una historia de manera eficiente y clara. Las plantillas prediseñadas de Piktochart son una excelente guía para ayudar a los usuarios a crear sus propias infografías de tamaño personalizable.
b. **Reporte:** con un formato predeterminado A4 o tamaño carta, de acuerdo a tu preferencia, este formato resulta ideal para reportes financieros, de datos, métricas y estadísticas. Para poder presentar tu información de la mejor manera, sugerimos que trabajes con la herramienta de gráficos, ubicada en TOOLS en el menú izquierdo del editor.
c. **Póster:** isé todo lo visual que puedes ser! Atrae la atención de tu audiencia combinando imágenes con el contenido de tu mensaje. Es simple con nuestras imágenes perfectamente gratis.
d. **Flyer:** la mejor elección si tienes que crear invitaciones a eventos, anuncios y folletos. La protagonista es la imagen, y lo mejor que puedes hacer es ubicarla como fondo para que ocupe la totalidad del formato.
e. **Presentación:** bloques individuales que hacen las veces de diapositivas, este formato es el recomendado para cualquier tipo de presentación. El mejor complemento es nuestro Modo Presentación, muy simple de usar e ideal para dar clases, presentar un trabajo o complementar una charla.

3. **Esquematiza el contenido.** En esta etapa siempre recomendamos trabajar con lápiz y papel. Resulta muy útil diagramar en una plataforma física lo que luego pasaremos a digital como nuestra infografía.



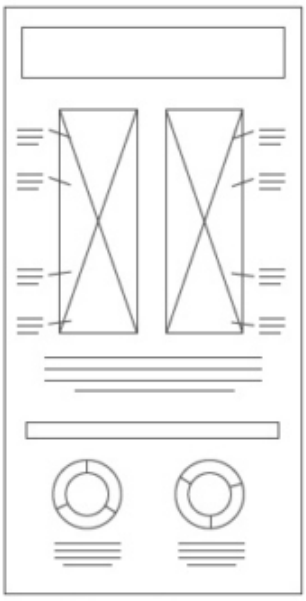
Como ya elegimos nuestro formato predeterminado, lo utilizaremos de guía para poder volcar los contenidos de manera organizada. A continuación, un resumen graficado creado por nuestra Jefe de Diseño, See Mei Chow, donde podrás observar los distintos tipos de diagramación para aprovechar el formato elegido.

Alégrate, joven, en tu juventud, y tome placer tu corazón en los días de tu adolescencia; y anda en los caminos de tu corazón y en la vista de tus ojos; pero sabe, que sobre todas estas cosas te juzgará Dios. Eclesiastés 11:9

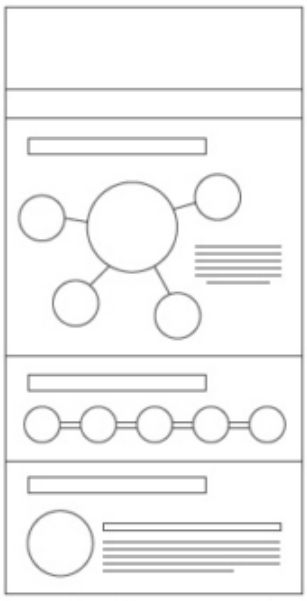
Apuntes Sobre Diagramación de Infografías

por SeeMei Chow

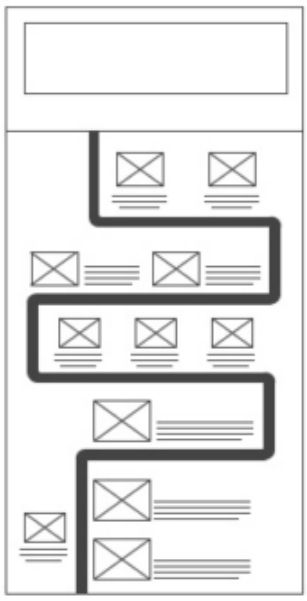
Carnada Útil:
Funciona con la mayoría de los datos. Útil y de sencilla lectura.



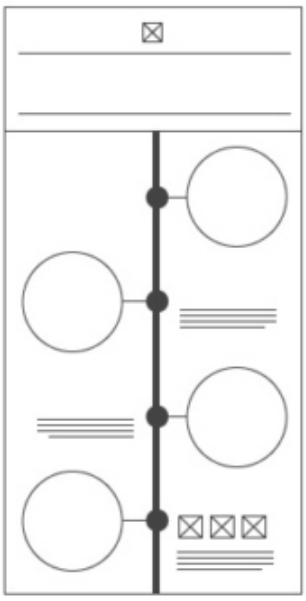
Versus / De Comparación
Funciona con muchos diseños informativos, donde muchos datos son importantes e interesantes.



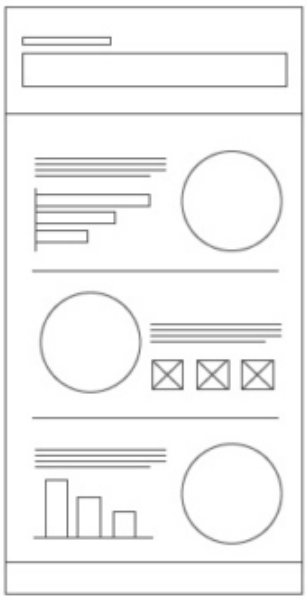
Datos Fuertes (Puros Números)
Funciona bien con estrategias de marketing, líneas de tiempo para proyectos. Se puede extender como un diagrama de flujo.



Mapa de Recorrido
Bueno para historias, relatos de jornadas. Puede usarse también como línea de tiempo.



Línea de Tiempo
También puede ser una comparación. Bueno para historias. Va de lo simple a lo complejo, aunque depende de la información.



Artículo Visualizado
Necesita un título importante. Funciona bien con mucho contenido. Fácil de entender y de leer.

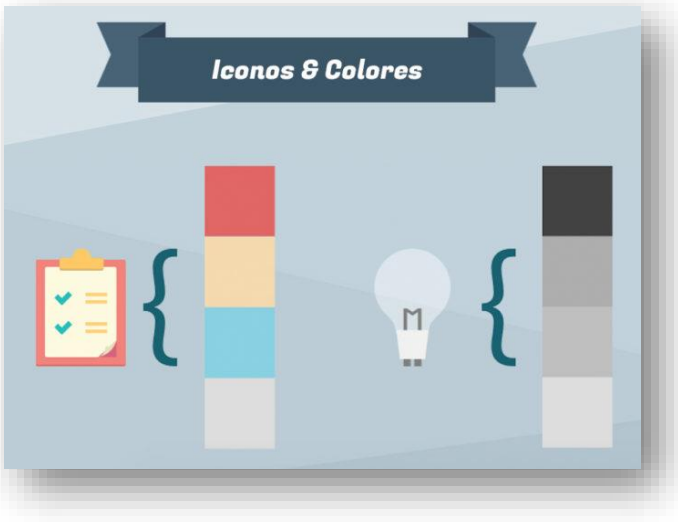
Alégrate, joven, en tu juventud, y tome placer tu corazón en los días de tu adolescencia; y anda en los caminos de tu corazón y en la vista de tus ojos; pero sabe, que sobre todas estas cosas te juzgará Dios. Eclesiastés 11:9

Una sugerencia; ¡mantenlo simple! **Un contenido bien presentado es claro y sin demasiadas distracciones.** No las necesita: es más atractivo un diseño que hace buen uso de los espacios en blanco y de los íconos seleccionados.

4. **Cura y selecciona soportes visuales relevantes para el proyecto.** Una de las virtudes más reconocidas de las infografías es la posibilidad de agregar soportes visuales al contenido textual. Las posibilidades son infinitas: imágenes, fotografías, íconos a blanco y negro o color, GIFs animados, videos, ¡y eso es solo el comienzo!

   En Piktochart puedes encontrar imágenes de stock para utilizar, además de una biblioteca propia de íconos con miles de variedades. Si aún no encuentras lo que deseas, puedes subir tus propias imágenes, o imágenes gratuitas que puedes recoger de sitios como Pexels, Death To Stock, New Old Stock, Unsplash, Realistic Shots, Startup Stock Photos, Life of Pix, Gratisography, y Pic Jumbo. Al momento de elegir los íconos que formarán parte de tu trabajo, hay algunos consejos de nuestros diseñadores que nos parecen importantes para compartir:

   - ✓ **Elige un estilo y no lo cambies:** La coherencia es importante. Ya sea que utilices íconos simples, de líneas, con colores, serios o divertidos; es importante que no los cambies a lo largo del diseño.
   - ✓ **Combina íconos con fuentes:** Luego de que hayas elegido el estilo de los íconos, es importante alinearlo al tono y esquema de colores de la infografía.
   - ✓ **Adapta a los íconos a la paleta de colores correcta:** Asegúrate de que los íconos que selecciones se relacionen al tema y al contexto general. Deberían complementar el motivo de la infografía.

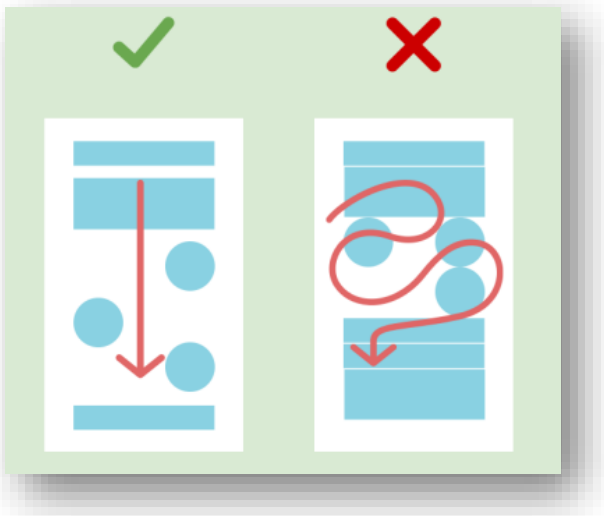


5. **Ensambla tu trabajo.** Piktochart hace gran parte del trabajo por ti, pero también debes prestar atención a algunos principios de diseño para asegurarte que tu trabajo no solo es interesante, pero también es atractivo.

   Si quieres aprender estos principios a fondo, te recomendamos que explores nuestra Serie de Consejos de Diseño. Sin embargo, aquí haremos una breve reseña de cada uno de estos principios que debemos tener en cuenta al crear nuestro proyecto.

   a. **Espacios en Blanco.** El espacio en blanco es un elemento fundamental que forma parte de un gran diseño. De acuerdo a nuestro equipo de creativos, es una de las primeras cosas que te enseñan en la universidad, y una de las primeras cosas que necesitas dominar.

      El mal uso del espacio en blanco afecta la legibilidad de un proyecto. Sin el suficiente espacio entre líneas, el texto se transforma en una masa amorfa de caracteres oscuros. El uso correcto del espacio en blanco te permite consumir el contenido en el orden correcto. Te ayuda a priorizar qué leer primero, mostrándole al lector dónde están las prioridades.



Alégrate, joven, en tu juventud, y tome placer tu corazón en los días de tu adolescencia; y anda en los caminos de tu corazón y en la vista de tus ojos; pero sabe, que sobre todas estas cosas te juzgará Dios. Eclesiastés 11:9

b. Uso de Fuentes. La elección de la fuente que hagas en tu proyecto determina, en gran parte, el tono que tendrá tu contenido. Ten esto en cuenta, más estos simples consejos para lograr un trabajo prolijo y atractivo:

- ✓ No utilices más de dos fuentes distintas por infografía. Si necesitas aplicar distintas jerarquías puedes variar el tamaño, o destacar algo con negrita o cursiva.
- ✓ Todos los titulares deben tener el mismo tamaño.
- ✓ Todos los subtítulos deben tener el mismo tamaño.
- ✓ Utiliza el cambio de tamaño y el color para atraer la atención a la información más relevante.

c. Elección de la Paleta de Colores. Uno de los componentes principales del diseño es el color. La elección de colores puede determinar el tono de tu trabajo, y es de suma importancia prestar atención a la elección final que hagas. En nuestra Serie de Consejos de Diseño revisamos algunos de los aspectos principales: cómo entender el color, cómo combinar colores, y cómo aplicar la regla de los tres colores a las infografías. Sin embargo, estos son algunos consejos rápidos que podemos brindarte para crear tu primera infografía en Piktochart:

- ✓ No utilices más de dos o tres colores por infografía.
- ✓ Utiliza el color para resaltar un contenido específico
- ✓ Utiliza las plantillas de Piktochart para asegurar un trabajo que se ve profesional.
- ✓ Si necesitas hacerlo, utiliza herramientas para obtener combinaciones de colores.

d. Alinear los Elementos. No hay nada más perturbador que un diseño desalineado. Es incómodo de mirar. Veamos.

Como puedes observar, la alineación mantiene la pulcritud de la información y contenido. Sin alineación, el diseño sería potencialmente desordenado (o imperfecto, ¡lo que puede molestar a muchos perfeccionistas!), y el desorden aleja a la gente. Además, mientras una alineación mantiene al texto claro, también ayuda a aumentar la legibilidad al mismo tiempo, lo que significa una barrera menos para que los lectores accedan al contenido.

Para ayudarte, la herramienta para diseñar infografías posee un asombroso componente: la función de alineado instantáneo de Piktochart guía a los usuarios para ayudarlos a alinear los elementos visuales para mantener la composición y el diseño organizados.

Mira qué sencillo es su funcionamiento…

Alégrate, joven, en tu juventud, y tome placer tu corazón en los días de tu adolescencia; y anda en los caminos de tu corazón y en la vista de tus ojos; pero sabe, que sobre todas estas cosas te juzgará Dios. Eclesiastés 11:9

e. **Mantener la Coherencia.** La coherencia en el diseño web y gráfico te permite establecer una marca, transmitir tu mensaje apropiadamente y darte credibilidad. Además, te permite establecer una marca, mantener y transmitir el mensaje apropiadamente y darte credibilidad.

   Una gran parte de la coherencia en el diseño está en seleccionar las fuentes y los íconos correctos, adherirse a ellos, y sacar provecho de ambos.

6. **Trabajo Finalizado:** ¿Terminaste? ¡No tan rápido! Compartir tu trabajo, recibir comentarios y críticas y dejar que otros lo completen con su experiencia es lo que hace tu proyecto mucho más rico. Con Piktochart puedes elegir cómo compartirlo:

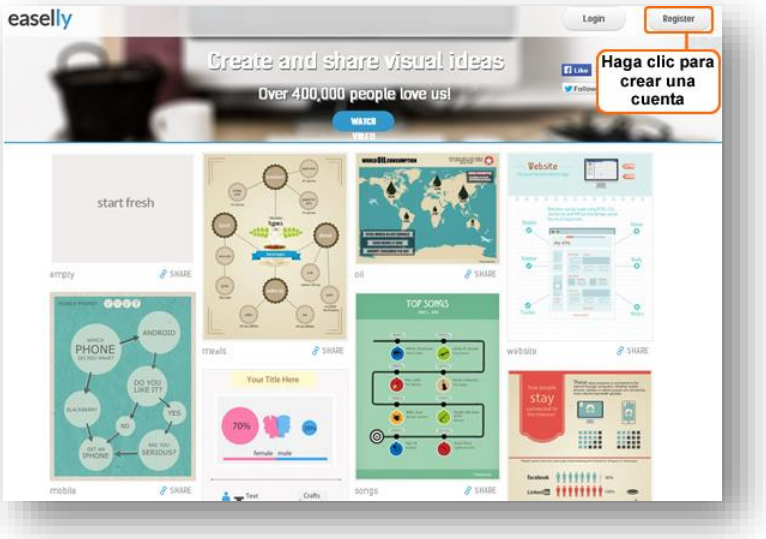
   - ✓ Vía Redes Sociales.
   - ✓ Mediante el código HTML, en tu propio blog o sitio Web.
   - ✓ Utilizando nuestro Modo Presentación, en forma de "diapositivas" en alguna clase o evento.
   - ✓ Imprimiendo tú trabajo luego de descargarlo como imagen o PDF (para usuarios PRO).

EASELLY

Easelly es una herramienta que permite crear infografías gratuitamente mediante un área de trabajo en la web que ofrece funcionalidades como agregar texto, objetos, formas, entre otros. Cuenta con temas predefinidos y totalmente parametrizables, objetos visuales (personas, mapas, animales, etc.), formas (flechas, círculos, etc.), tipos de texto, efectos de estilo para los elementos compositivos (por ejemplo opacidad), entre otras funcionalidades para la creación de la infografía. Una vez creada, la infografía puede ser compartida a través de una red social, una página web o ser descargada como un archivo en formato .jpg.

CREAR UNA CUENTA EN EASELLY

Para acceder a los beneficios de Easelly es necesario crear una cuenta. Para hacerlo, ingrese al sitio web http://www.easel.ly/, ubique en la esquina superior derecha de la pantalla la opción **Register** y haga clic sobre ella para comenzar el proceso.



Alégrate, joven, en tu juventud, y tome placer tu corazón en los días de tu adolescencia; y anda en los caminos de tu corazón y en la vista de tus ojos; pero sabe, que sobre todas estas cosas te juzgará Dios. Eclesiastés 11:9

Figura 1. Crear una cuenta en Easelly.

Luego, diligencie el formulario que aparecerá con los datos personales solicitados (correo electrónico) y defina una contraseña para la cuenta que está creando. Finalice el proceso haciendo clic en el botón **Signup**.

Nota. Es importante recordar que la contraseña ingresada en el formulario de registro corresponde a la cuenta que está creando en Easelly y no al correo electrónico suministrado.

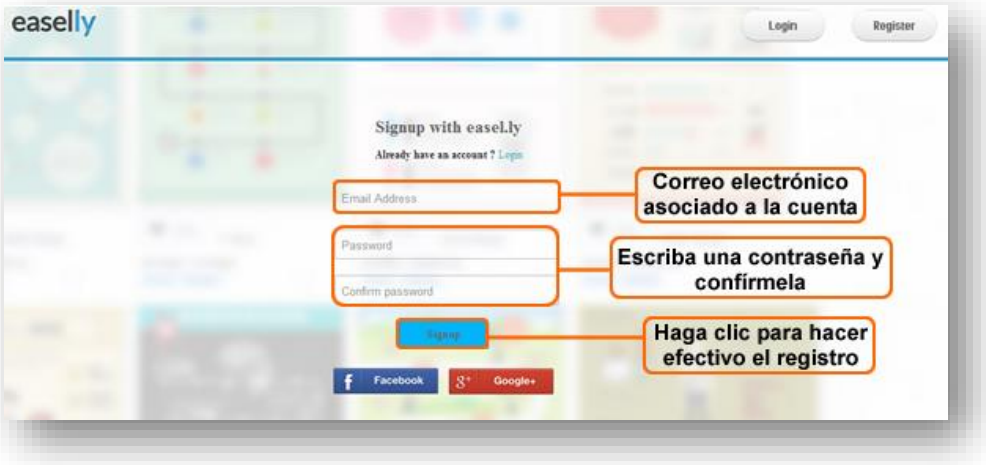


Figura 2. Formulario de registro.

Una vez haya diligenciado y enviado el formulario de registro, recibirá un mensaje de confirmación en el correo electrónico que suministró. En este, Easelly confirma su registro y le da la bienvenida para que comience a utilizar los beneficios de la herramienta.

INICIAR SESIÓN EN EASELLY

Para iniciar sesión, ingrese al sitio web http://www.easel.ly/ y haga clic en la opción **Login**, ubicada en la esquina superior derecha de la pantalla.

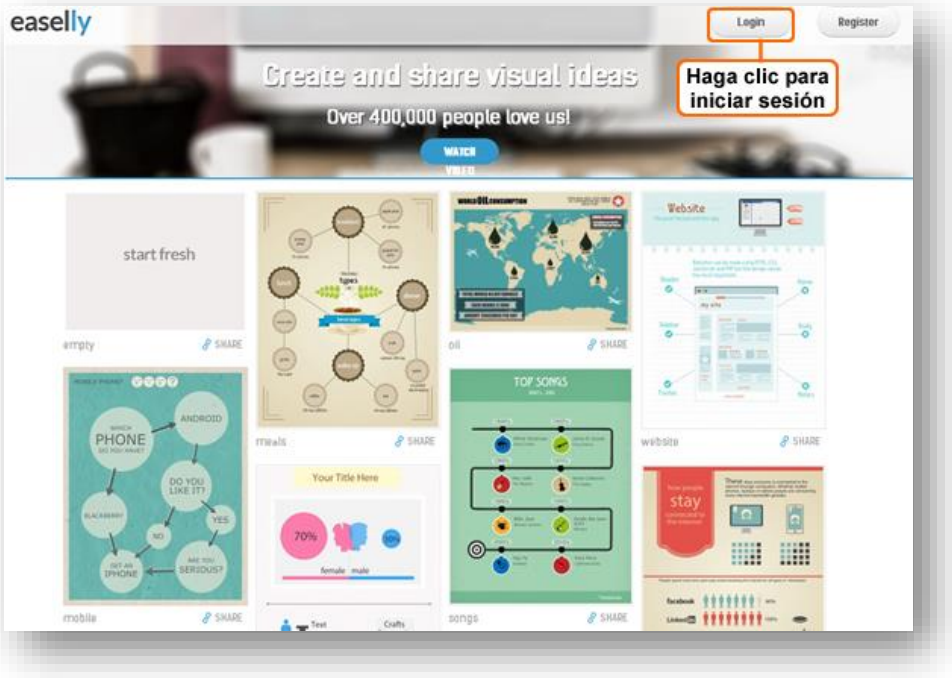


Figura 3. Iniciar sesión.

Alégrate, joven, en tu juventud, y tome placer tu corazón en los días de tu adolescencia; y anda en los caminos de tu corazón y en la vista de tus ojos; pero sabe, que sobre todas estas cosas te juzgará Dios. Eclesiastés 11:9

Diligencie los campos de correo electrónico o nombre de usuario (**Email or username**) y contraseña (**Password**), y haga clic en el botón **Login** para ingresar.

Figura 4. Ventana inicio de sesión.

¿Si ha olvidado su contraseña, haga clic en el enlace Forgot your password? para recuperarla. Al hacer clic en él, Easelly le solicitará el correo electrónico asociado a la cuenta; escriba los datos solicitados y haga clic en el botón **Reset Password** para recibir un mensaje en su correo electrónico con las indicaciones respectivas para restablecer la contraseña.

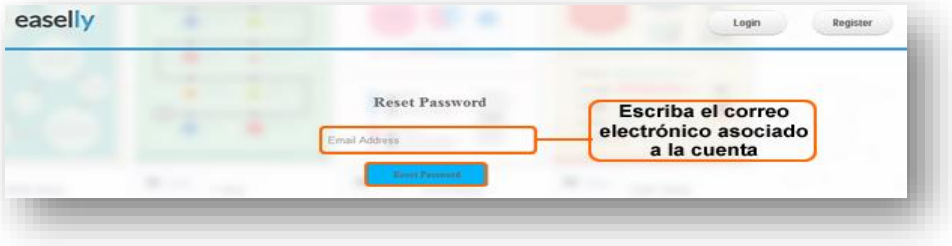


Figura 5. Restablecer contraseña.

PÁGINA DE INICIO DE EASELLY

Una vez se haya autenticado, podrá visualizar la página de inicio de la herramienta, compuesta por los siguientes bloques:

Figura 6. Interfaz de usuario.

Alégrate, joven, en tu juventud, y tome placer tu corazón en los días de tu adolescencia; y anda en los caminos de tu corazón y en la vista de tus ojos; pero sabe, que sobre todas estas cosas te juzgará Dios. Eclesiastés 11:9

- **MY VISUALS.** Espacio donde se presentan todas las infografías que han sido creadas bajo su nombre de usuario. Estas infografías pueden ser públicas o privadas.
- **PUBLIC VISUALS.** En esta sección se muestran las infografías que han sido creadas por los usuarios de Easelly y compartidas como públicas. Estas infografías podrán ser:
  - Enlazadas o embebidas en una página web (haga clic en **view | share**).
  - Descargadas en formato .jpg (haga clic en **view | share**).
  - Editadas por cualquier usuario de Easelly para crear una infografía propia (haga clic sobre la infografía).

  Nota. *Dichas acciones pueden llevarse a cabo sin estar registrado en Easelly; sin embargo, si desea guardar su trabajo, el sistema le pedirá que ingrese con el nombre de usuario y contraseña de Easelly.*
- **FEEDBACK.** Permite hacer un comentario o reportar un error, queja o sugerencia al equipo de desarrollo de Easelly. Haga clic en esta opción para enviar su inquietud.

Ingresa al vídeo tutorial escaneando el Código QR con una Tablet o Smartphone, y así aprenderás más sobre esta aplicación.

INFOGRAM

Infogram es una herramienta web que permite crear infografías y compartirlas en redes sociales, como Facebook, Google+ o Twitter, enlazarlas o embeberlas desde otro sitio web mediante la utilización de un código html. En ella se puede crear infografías a partir de una plantilla y de la adición de con contenidos multimediales como videos, audios, imágenes, entre otros. Esta herramienta ofrece dos versiones, una gratuita, cuya producción solo puede ser publicada en una página web o compartida en una red social, y una versión paga, que ofrece la posibilidad de descargar las infografías como imágenes, asignar una contraseña a la infografía diseñada para que pueda ser visualizada solo por un grupo específico de personas, publicarla privadamente y un mayor número de plantillas que la versión gratuita.

PRIMEROS PASOS EN INFOGRAM

Para crear una infografía en Infogram es necesario contar con un usuario y una contraseña; estos pueden ser creados en el sitio oficial de la herramienta o puede autorizarse el uso de los datos de usuario de una cuenta de Twitter, Facebook o Google+.

Crear una cuenta de usuario en Infogram

Ingrese a la página oficial de Infogram https://infogr.am/. Allí encontrará dos formas de acceder al formulario de registro de la herramienta: ¡una a través del botón Login y la otra haciendo clic en el botón Sign Up Now! Haga clic en cualquiera de ellos.

Figura 1. Registrarse en Infogram.

Al hacer clic en el botón **Login**, visualizará una página con un formulario para ingresar a la herramienta, si ya tiene un nombre de usuario y una contraseña. En el costado derecho del formulario verá los íconos de las redes sociales (Facebook, Twitter, Google+) mediante las cuales también se puede ingresar a la herramienta, sin necesidad de crear una cuenta. Si por el contrario, aún no se encuentra registrado, haga clic en el enlace **Register here**, ubicado en la parte inferior derecha del formulario.

Alégrate, joven, en tu juventud, y tome placer tu corazón en los días de tu adolescencia; y anda en los caminos de tu corazón y en la vista de tus ojos; pero sabe, que sobre todas estas cosas te juzgará Dios. Eclesiastés 11:9

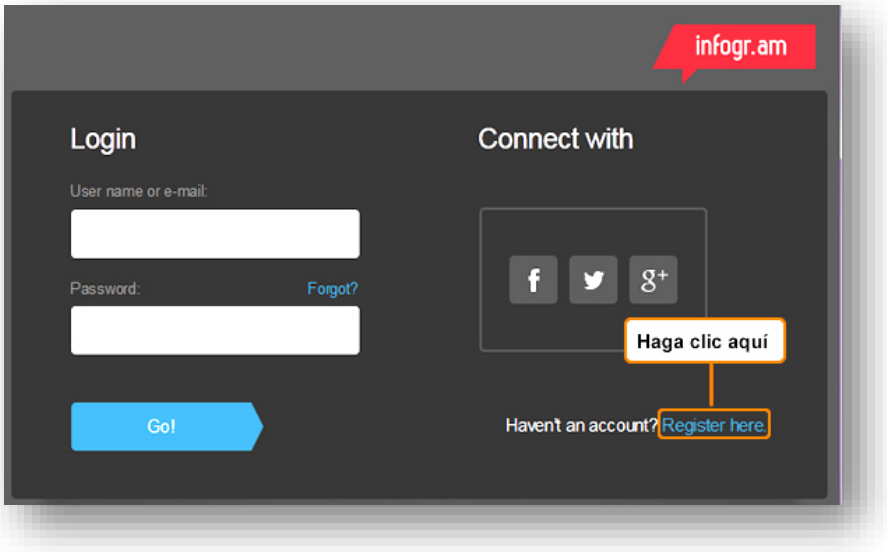


Figura 2. Enlace para crear una cuenta en Infogram.

Diligencie los campos del formulario de registro y haga clic en el botón **Create account** para terminar el proceso de registro.

Al hacer clic en el botón **Sign Up Now!** será encaminado directamente al formulario de la Figura 3.

Nota. Recuerde usar un correo electrónico válido y que la contraseña solicitada no corresponde a la del correo sino a la cuenta que está creando en Infogram.

Figura 3. Formulario para la creación de una cuenta.

Una vez haya finalizado el proceso, se mostrará la interfaz principal de Infogram. Allí encontrará los íconos para crear una infografía, acceder a la biblioteca de proyectos y conocer los beneficios de la versión paga de la herramienta, al igual que un ícono para editar los datos del perfil de usuario.

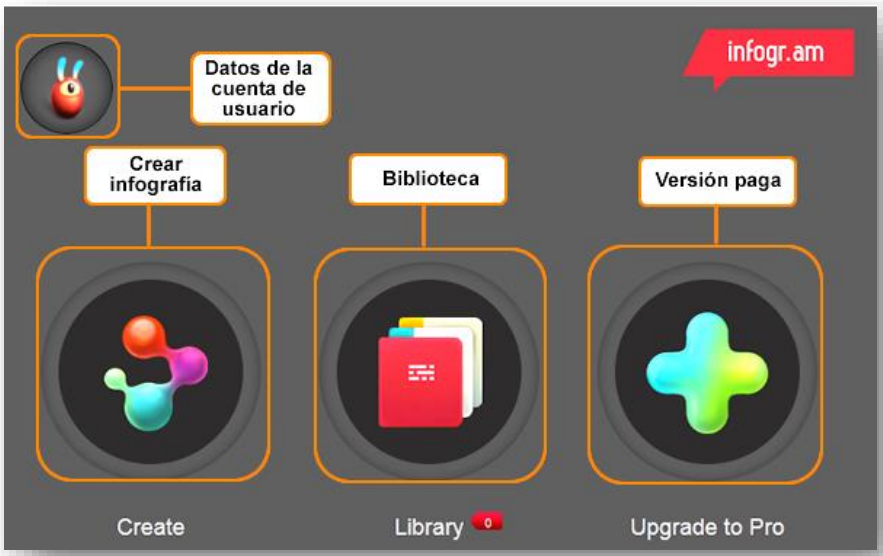


Figura 4. Interfaz principal de Infogram.

REDES SOCIALES

DEFINICIÓN DE MEDIOS SOCIALES

Según la Wikipedia, entendemos por **medios sociales** (*social media* en inglés) plataformas de comunicación en línea donde el contenido es creado por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías de la Web 2.0, que facilitan la edición, la publicación y el intercambio de información. La mayoría de las veces, el término es usado para referirse a actividades que integran tecnología, telecomunicaciones móviles e interacciones sociales en forma de conversaciones, fotografías, imágenes, vídeos y pistas de audio.

Los medios sociales más utilizados son:

- ✓ Las redes sociales.
- ✓ Los blogs.
- ✓ Foros.
- ✓ Los *microblogs.*
- ✓ Los medios sociales móviles.
- ✓ Y los servicios de compartición multimedia.

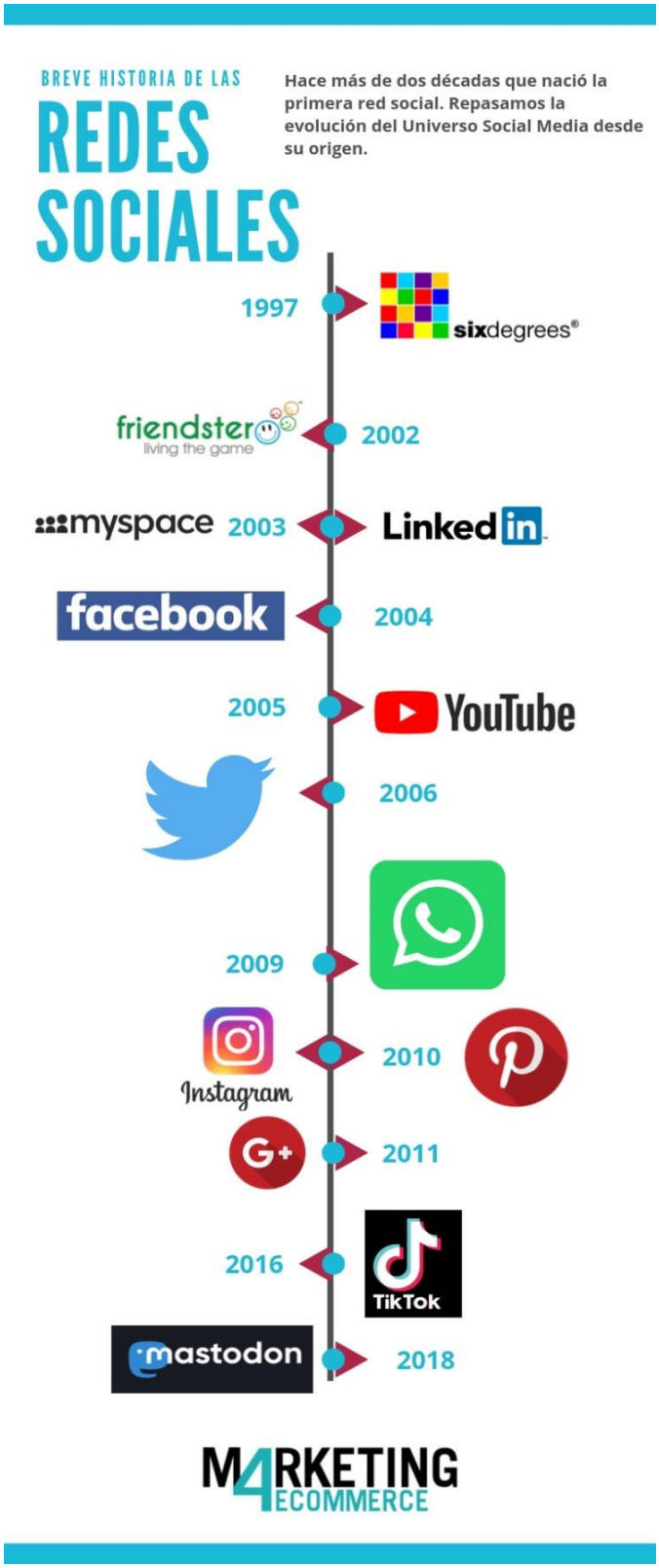
DEFINICIÓN DE REDES SOCIALES

Entonces, ¿qué es una red social? De manera sencilla, podemos entender por red social como la acción de comunicación e interacción entre diferentes usuarios en un contexto social, a partir de la cual se generan conversaciones y comentarios, además de otra suerte de interacciones ("me gusta", compartidos…). Su crecimiento durante los últimos años se ha sustentado fundamentalmente en la simplicidad de uso de las plataformas en las que se generan, cada vez más intuitivas y accesibles para cualquier género y edad.

DIFERENCIA ENTRE MEDIOS SOCIALES Y REDES SOCIALES

Llegados a este punto, queda claro que las redes sociales son un elemento más de los llamados "medios sociales", de la misma manera que los blogs, servicios de mensajería o *microblogs*. Por tanto, el concepto de **medio social** (*social media*, en inglés) hace referencia más a la plataforma u herramienta que hace posible la comunicación, mientras que la **red social** se basa más en el resultado de dicha comunicación. Sin embargo, una mala traducción del original, así como la proliferación del término, ha terminado por identificar a las **redes sociales** como las plataformas de comunicación.

BREVE HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES



DE LA TEORÍA DE LOS 6 GRADOS A LA REGLA DE LOS 3 GRADOS DE INFLUENCIA

Se le llama "***Seis grados de separación***" a la hipótesis que intenta probar que cualquiera en la Tierra puede estar conectado a cualquier otra persona del planeta a través de una cadena de conocidos que no tiene más de cinco

intermediarios (conectando a ambas personas con sólo seis enlaces). Esta teoría fue formulada en 1930 por el escritor húngaro Frigyes Karinthy en un cuento llamado *Chains*.

El concepto está basado en la idea de que el número de conocidos crece exponencialmente con el número de eslabones de la cadena. Según esta teoría, cada persona conoce de media, entre amigos, familiares y compañeros de trabajo o escuela, a unas cien personas. Si cada uno de esos amigos o conocidos cercanos se relaciona con otras 100 personas, cualquier individuo puede hacer llegar un recado a 10.000 personas más tan sólo pidiendo a sus amigos que difundan dicho contenido. Sin embargo, la irrupción de los **medios sociales** ha provocado la evolución de la **teoría de los Seis Grados** hacia otra aún más impactante: la **Regla de los Tres Grados de Influencia**. Esta nueva teoría demostraría que el grado de influencia en las **redes sociales** alcanza sólo tres grados de distancia, ya que a partir del cuarto grado comienzan a disiparse los efectos: a nuestros amigos (grado 1), a los amigos de nuestros amigos (grado 2) y a los amigos de los amigos de nuestros amigos (grado 3).

TIPOS DE REDES SOCIALES

A pesar de lo que pueda parecer en un primer momento, no todas las **redes sociales** son iguales, aunque compartan un objetivo común (relacionar a dos o más individuos entre sí) o funcionalidades (todas permiten crear un perfil, compartir contenidos y generar nuestra propia comunidad). Por este motivo, durante las próximas líneas trataremos de clasificar las diferentes redes sociales a partir de diferentes segmentaciones, comenzando por diferenciar entre **redes sociales horizontales** y verticales.

QUÉ SON REDES SOCIALES HORIZONTALES

Son 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 concreto. Los ejemplos más representativos son Facebook, Google Plus, Instagram, Pinterest, Twitter…

QUÉ SON REDES SOCIALES VERTICALES

Entendemos por **redes sociales verticales** aquellas cuya actividad gira alrededor de una temática determinada. Son redes mucho más restringidas que las generalistas, ya que algunas de éstas requieren 'invitación' para formar parte de ellas. Su capacidad de influencia es enorme debido a que el público que las conforma está extremadamente segmentado y realmente interesado en los contenidos que en ellas se comparten. Algunas redes verticales son: TripAdvisor y Minube (viajes y turismo) o Periodistas por el Mundo(Periodismo).

OTRAS CLASIFICACIONES DE REDES SOCIALES

Además de la diferenciación entre horizontales y verticales, también podemos hacer otro tipo de clasificaciones, como por ejemplo temáticas (profesionales o de ocio), actividad (*microblogging*, geolocalización o marcadores sociales) o tipología de contenido compartido (imágenes, música, videos, documentos…)

VENTAJAS Y DESVENTAJAS DE PARTICIPAR EN REDES SOCIALES

Como todo en esta vida, antes de tomar una decisión hay que sopesar los pros y los contras de esta. Por ello, hemos recopilado algunos motivos que te ayudarán a decidir si las **redes sociales** son un lugar seguro para tu persona o empresa…y si finalmente te decantarás por contratar los servicios de un community manager o de una agencia que te ayude a hacer **marketing en redes sociales.**

VENTAJAS USO PERSONAL REDES SOCIALES

A título individual, las redes sociales se han convertido en una extensión de nuestra identidad como personas, facilitándonos tareas tan cotidianas como las siguientes:

1. **Comunicación con terceros.** ¿Alguien recuerda cómo era la vida sin WhatsApp? ¿O Skype? Facebook Messenger, ¿quizás? Las plataformas han crecido de la mano de la tecnología para facilitar la intercomunicación entre personas, dejando así de lado otros canales más tradicionales como el teléfono o el email.

2. **Información.** A pesar de toda la polémica que rodea actualmente a las redes sociales con las llamadas *fake news*, siguen siendo una de las fuentes más consultadas por los internautas que desean mantenerse informados sobre sus áreas favoritas.

3. **Entretenimiento.** En línea con lo anterior, nos encontramos con que son cada vez más usuarios quienes aprovechan el soporte que les brindan las plataformas sociales para jugar en red, leer las últimas notas de humor o visualizar algún otro tipo de contenido *simpático*.
4. **Denuncia social.** Son muchas las personas y organizaciones que han aprovechado el tirón de las redes sociales para denunciar actividades contrarias a los cánones de la ética y el civismo. Change.org es un ejemplo, si bien basta con bucear por Facebook para adentrarse en un océano infinito de grupos que apoyan una u otra causa.
5. **Búsqueda del conocimiento**. ¿Eres experto en un tema en concreto? ¿Quieres relacionarte con otros usuarios con los que compartes grupos afines? ¿Quieres formarte en una determinada área? Seguro que encontrarás lo que buscas en los medios sociales.

DESVENTAJAS USO PERSONAL REDES SOCIALES

Ahora toca ver la otra cara de la moneda: ¿qué consecuencias negativas puede conllevar tener presencia en una plataforma social?

1. **Sobreexposición de la vida personal.** Si no se han configurado correctamente las opciones de privacidad de cada plataforma, corremos el riesgo de exponernos ante un tercero que no necesariamente se encuentra en nuestros círculos de confianza.
2. **Suplantación de identidad.** El hecho de que haya muchos servicios online que permitan a sus usuarios *loguearse* con alguno de sus perfiles sociales ha aumentado el número de casos de suplantación de identidad. Es recomendable seguir los protocolos de seguridad marcados por cada plataforma, modificando periódicamente las claves de acceso y protocolos de recuperación de contraseñas para evitar males mayores.
3. ***Ciberbullying*.** Independientemente de si estás o no presente en una red social, siempre existe el riesgo de ser amenazado o calumniado, una actividad que, por desgracia, suele producirse más de lo deseado entre adolescentes. En este tipo de casos, es importante denunciar los hechos ante las fuerzas y cuerpos de seguridad del estado antes de que las consecuencias sean irreversibles.
4. **Adicciones derivadas de la necesidad de estar conectados.** "Fomo" o "Nomofobia" son términos cada vez más conocidos por aquellos que desarrollan trastornos ligados a las nuevas tecnologías y formas de comunicación. Si en algún momento crees que el uso de una red social se convierte en un problema, contacta con un profesional cualificado.

VENTAJAS USO PROFESIONAL REDES SOCIALES

A continuación enumeraremos algunas ventajas seguro que te ayudarán a dar el paso e incorporar estas plataformas a tu **plan de marketing digital**:

1. **Visibilidad.** Como cualquier otro soporte, disponer de presencia en una **red social** aportará una visibilidad extra de nuestra marca entre los públicos objetivos.
2. **Atención al cliente.** Nuevos canales significan nuevas vías para comunicarnos con nuestros clientes. En este sentido, especial mención a una de las grandes tendencias del momento, los *chatbots*. Aprender a crear un *chatbot* puede resultar más sencillo de lo que crees.
3. **Estudios de mercado: comprendiendo a al consumidor.** Las **redes sociales** se han convertido en un excelente complemento a los *focus groups* tradicionales, ya que nos permiten recabar información sobre un aspecto concreto de manera sencilla e intuitiva.
4. **Retorno de la Inversión.** La posibilidad de medir en tiempo real el impacto de nuestras acciones en los diferentes canales sociales facilita enormemente la tarea de calcular el retorno de la inversión (ROI) de una **campaña de marketing digital.**
5. **Favorece el posicionamiento orgánico (SEO).** El SEO es un elemento más a tener en cuenta dentro de nuestras **estrategias de marketing:** los motores de búsqueda tienen cada vez más en cuenta los resultados sociales, ya que estos contienen dos de los parámetros más valorados: contenido actualizado.
6. **Favorece la generación de nuevo negocio.** Redes sociales profesionales como LinkedIn se han convertido en todo un referente de Social Selling, disciplina que engloba las diferentes tácticas que permiten generar relaciones comerciales a través de plataformas online.
7. **Ayudan a proteger la reputación online.** Un perfil atendido y actualizado es un elemento más a la hora de proteger la **reputación online** de una organización, convirtiéndose en un poderoso altavoz de la marca, incluso en los peores momentos.

DESVENTAJAS USO PROFESIONAL REDES SOCIALES

1. **No utilizar los canales adecuados.** Es importante conocer el funcionamiento de las plataformas antes de crear un perfil en las mismas. Por ejemplo, si eres una empresa debes saber que **Facebook** no permite que crees un perfil de persona (debes interactuar desde una página), mientras que otras redes como **Pinterest** o **Instagram** habilitan funcionalidades específicas para los perfiles profesionales de las que adolecen los personales.
2. **Automatizar el mensaje sin importar el soporte.** Otro error común está ligado al hecho de automatizar la publicación de contenido en redes sociales sin tener en cuenta las características de éstas, ya sea longitud, nombres de usuarios o incluso *hashtags.*
3. **Exposición a las críticas.** *Estar presente en una* **red social** *facilita a tus detractores la posibilidad de poner* en relieve informaciones que afecten a tu reputación. Siempre que sean críticas constructivas, es recomendable abordarlo desde el respecto y bajo un talante cooperativo; si en lugar de eso nos enfrentamos a los llamados *trolls*, es preferible tomar una posición más reactiva y esperar a que se cansen.

PRINCIPALES REDES SOCIALES EN EL MUNDO

Si bien siempre resulta complicado elaborar cualquier tipo de ranking, éste no será un caso excepcional, ya que, como hemos visto anteriormente, cada **red social** tiene unas características particulares que la diferencian de las demás. No obstante, hemos querido recopilar algunas las **redes sociales con más usuarios** a nivel mundial, identificables a través de los **iconos de redes sociales** que verás en la ilustración:

REDES SOCIALES MÁS POPULARES

FACEBOOK

Es la red social de referencia, con más de 2.000 millones de usuarios activos mensuales. Actualmente, podemos interactuar a través de perfiles personales (que identifican a cada persona como usuario) y páginas (orientadas a organizaciones de cualquier índole). Un último elemento a tener en cuenta serían los grupos, que serán lugares que propician la interacción entre perfiles personales. Veamos en detalle cada uno de los siguientes:

El perfil muestra la personalidad, los intereses y cómo es la vida online de cada persona. Las actividades más comunes que realizan los usuarios de Facebook son compartir fotos, música, vídeos, noticias y opiniones sobre infinidad de temas.

Por su parte, **las páginas** sirven para promocionar productos, organizaciones o figuras públicas. Una página no "pide ser tu contacto o amigo", sino que una recibe admiradores, seguidores y partidarios de lo que se están proponiendo o dando a conocer ("me gusta").

Finalmente, **los grupos** son creados por usuarios que desean reunir a personas alrededor un tema común. A diferencia de un perfil, donde los contactos son tus amigos y conocidos, en un grupo se pueden sumar personas de diferentes partes y que no se conocen. Pueden ser públicos, privados o secretos.

TWITTER

Es el servicio de ***microblogging*** más extendido en el mundo, con más de 320 millones de usuarios activos mensualmente. Twitter permite a usuarios y empresas conectarse con la información que consideran interesante a

través del envío y recepción de "*tweets*", mensajes de no más de 280 caracteres que se publican en el perfil de la persona que los escribe, y se replican simultáneamente en la página de inicio de sus seguidores. Por si no visualizas el proceso, seguir a un usuario es algo así como suscribirse a sus *tweets*.

Twitter incorpora la capacidad de búsqueda por usuario, tema, *hashtag* y enviar mensajes directos – DM-, privados a nuestros otros usuarios. Además, incorpora la posibilidad de *tweets* y perfiles patrocinados, una manera no invasiva de publicidad que se adapta a los intereses de los seguidores.

INSTAGRAM

Caracterizada por la forma cuadrada de las imágenes en honor a la Kodak Instamatic y las cámaras Polaroid, es una aplicación gratuita para compartir fotos en la que los usuarios pueden aplicar efectos tipográficos como filtros, marcos, colores retro y vintage adquirida por Facebook en 2012. Actualmente, cuenta con más de 800 millones de usuarios.

LINKEDIN

Fundada en 2003, LinkedIn se ha convertido en la red social profesional de referencia. Cada día capta aproximadamente 60.000 nuevos perfiles y su ritmo de crecimiento mundial ha sido vertiginoso, hasta sobrepasar los 500 millones de usuarios. De hecho, muchas empresas la utilizan hoy en día como una de las principales herramientas de reclutamiento gracias a sus amplias posibilidades y la completa información que poseen del candidato.

YOUTUBE

Creado por tres antiguos empleados de PayPal en febrero de 2005, en noviembre de 2006 fue adquirida por Google a cambio de 1.650 millones de dólares, convirtiéndose así en su adquisición más cara hasta entonces. Desde ese momento, el impacto de YouTube en la Web 2.0 no ha hecho más que crecer, convirtiéndose en la principal plataforma de subida y visionado de videos, así como el segundo buscador por volumen de consultas, sólo superado, paradójicamente, por el propio Google.

GOOGLE PLUS

Impulsada inicialmente para competir con Facebook, Google Plus se ha convertido en una interesante plataforma que integra los servicios clásicos de Google, así como funcionalidades nuevas e interesantes como el sistema de videoconferencia conocido como Hangout. Al igual que su competidor, Google Plus permite tener presencia a los usuarios a través de tres modalidades: perfil personal, página o comunidad (esta última sería el equivalente a los grupos de Facebook). Además, otro de los aspectos interesantes que la han definido es su importancia cada vez mayor en las estrategias SEO de las organizaciones, ya que no debemos olvidar que Google es el principal motor de búsqueda en Internet, y Google Plus su aplicación social.

PINTEREST

Pinterest es una red social basada en imágenes en la que las personas crean vínculos a través de sus intereses. En ocasiones se describe esta plataforma como un "tablero de corcho online" en el que los individuos van colgando elementos gráficos que llaman su atención. De ahí su nombre 'Pin + interest = Pinterest' ("Pinear" tus intereses). Esta red no está basada tanto en la interacción con otras personas como ocurre en otras redes sociales como Facebook o Twitter, sino que se centra más en los intereses o aficiones que las unen.

FLICKR

Adquirida por Yahoo! en 2.005, es uno de los mayores repositorios de imágenes del mundo, con más de 10.000 millones. Al igual que en el caso de YouTube, para crear una cuenta en Flickr no se requieren conocimientos avanzados, sino tan sólo una cuenta de correo electrónico. Una vez activa, podemos subir una o varias imágenes, crear álbumes, seguir a otros usuarios o incluso subir videos.

VIMEO

Criado *a la sombra* de YouTube, Vimeo es una plataforma audiovisual de *streaming* online que permite subir y compartir contenidos. Centrada en ofrecer un servicio de calidad, suele ser utilizada por profesionales del ámbito audiovisual para volcar sus portfolios o sus productos. Además, ofrece opciones interesantes para empresas o proyectos que precisen de un sistema profesional de almacenamiento de video.

SEGURIDAD PERSONAL EN LAS REDES SOCIALES

Las relaciones interpersonales están mediadas por este tipo de conexiones digitales y la verdad, son una herramienta increíble. Pero, ¿qué pasa cuando compartimos más de lo que deberíamos?

Nunca sabemos quién está viendo nuestra información del otro lado de la pantalla, y la inseguridad es una realidad en la vida de todos. Ya son muchos los casos de secuestros y extorsiones que involucran el uso de redes sociales de algún modo.

1. **Entre menos información, mejor.** ¿Se han fijado que hay perfiles de Facebook que dicen hasta dónde estudió el Kinder? Exponer este tipo de información no es necesario, sobre todo en cuestiones familiares. No hace falta que especifiquemos quiénes son nuestros primos, tíos y papás, sobre todo si alguien de la familia tiene una buena posición económica. Antes de agregar campos de información piensen en si es realmente necesario que otras personas sepan eso de ti y si eso que vas a poner puede servir como herramienta para alguien que quisiera hacerles daño a ti o a alguien de tu familia.
2. **No aceptes desconocidos.** Twitter es una red muy abierta en la que nadie sabe realmente quién es nadie (salvo tus amigos y personas famosas), pero es menos complicada que Facebook en cuanto a seguridad. Por lo general no compartimos tantos detalles de nuestra vida, compartimos más pensamientos e ideas. Aun así ten cuidado con las fotografías que subes, si acabas de comprar un auto o vas a dejar tu casa sola por muchos días, ¡no lo anuncies en Twitter! Ahora, en Facebook la recomendación es que no aceptes la amistad de nadie que no conozcas, menos si no tienes amigos en común. Así es como se cuelan personas indeseables en tu perfil y tu información queda expuesta.
3. **Cuidado con las fotos.** Sabemos que mueres de ganas por compartirle a tus amigos tus regalos, compras o viajes, pero ten cuidado con lo que compartes. Revisa tus fotos y checa si dan la apariencia de que tengas muchas cosas materiales, cosas que pudieran traducirse en que tienes una buena posición económica, lo que te convierte en un blanco para las malas personas.
4. **Tu ubicación.** Foursquare se ha convertido en toda una herramienta para encontrar a tus amigos y saber lo que están haciendo, pero ¿te imaginas lo que podría hacer una mala persona con esa información? Piensa bien si te conviene hacer Check In en cada lugar que pisas, supón que alguien está pendiente de tus movimientos, ¿no le estarías dando las armas perfectas para atacarte?
5. **No compartas datos personales.** Ni en Twitter ni en Facebook (ni en ninguna otra red social) compartas ni tus números de tarjeta, ni tu teléfono, ni información sobre tu casa, tus estados de cuenta o tus actividades económicas. Es decir, no comentes que tu casa estará sola, no comentes que estarás sola en tu casa, no comentes que pagarás X cantidad de dinero de enganche por algo, no comentes que le debes… También es muy importante que se fijen en cómo tienen configurada su seguridad en Facebook. Lo ideal es que tu perfil esté cerrado y que sólo tus amigos puedan ver lo que comparten.

   Básicamente, el consejo es: antes de postear algo, piensa si la información que estás pegando podría servirle a alguien para hacerte daño. Si es así, ¡mejor no lo hagas! No tiene nada de malo compartir fotos con tus amigas en un restaurante, tus viajes, comentarios lindos para tu pareja, incluso el regalo de Navidad de tus abuelos. Pero si se acumulan demasiados datos podrías volverte blanco de alguien que quiera sacar provecho sin esfuerzo.

INFORMACIÓN (INCLUÍDA EN ESTE DOCUMENTO EDUCATIVO) TOMADA DE:

BIBLIGRAFÍA/EGRAFÍA.

ActitudFem. Tips de seguridad para las redes sociales. *https://www.actitudfem.com/tecnologia/viral/redes-sociales/como-proteger-mi-informacion-en-redes-sociales*

Belloch, Consuelo. (Año 2006). Aplicaciones Multimedia. Departamento MIDE. UVE. *https://www.uv.es/bellochc/pwedu4.htm*

De la Hera, Cristina. (2021, Jun 31). Historia de las redes sociales: cómo nacieron y cuál fue su evaluación. *https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/*

Easlly. (2017, Sept 01). Cómo utilizar easel.ly – español. *https://www.easel.ly/support/knowledge-base/como-utilizar-easel-ly-espanol/*

http://aprendeenlinea.udea.edu.co/boa/contenidos.php/3a5bb584c5e6edeffac96a0cc07155f9/1061/1/contenido/

http://aprendeenlinea.udea.edu.co/boa/contenidos.php/9991cb9ad75b900865baa2b971470a44/1041/estilo/aHR0cDovL2FwcmVuZGVlbmxpbmVhLnVkZWEuZWR1LmNvL2VzdGlsb3MvYXp1bF9jb3Jwb3JhdGl2by5jc3M=/1/contenido/

The Social Media Family. (Año 2022). Redes Sociales. *https://thesocialmediafamily.com/redes-sociales/#Definicion_de_medios_sociales*

Viola, Romina. (Año 2022). Cómo Hacer Una Infografía: Guía Completa. Piktochart. *https://piktochart.com/es/blog/como-crear-una-infografia-guia-completa/*