

Escenarios virtuales para la participación (módulo 2)

Contenido

ANÁLISIS DE SITIOS PROPUESTOS	1
Medium, https://medium.com	1
Quora, https://www.quora.com	3
Wikipedia, https://www.wikipedia.org	5
Wikiritribune, https://es.wikiritribune.com	7
Slack, https://slack.com	9
Google Drive, https://www.google.com/drive	10
Telegram, https://telegram.org	12
Instagram, https://www.instagram.com	14
Facebook, https://www.facebook.com	16
Snapchat, https://www.snapchat.com	19
ENSAYO: ANÁLISIS DE ESCENARIOS VIRTUALES PARA LA PARTICIPACIÓN	21
Introducción	21
Construcción colectiva de conocimiento y creación de comunidades virtuales	22
Posibilidades, herramientas y protocolos de comunicación	24
Políticas de publicación de contenidos y condiciones de uso	25
BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA	26

ANÁLISIS DE SITIOS PROPUESTOS

Medium, <https://medium.com>

Descripción del sitio (misión, objetivos, características...):

Según el portal marketing4ecommerce.net, la plataforma *Medium* es un portal de publicación de blogs creado en 2012 por Evan Williams y Biz Stone, cocreadores de Blogger y Twitter. Y, según Wikipedia, la plataforma ha evolucionado hacia un híbrido de contribuciones no profesionales, profesionales y pagadas. Se puede acceder a la versión española del portal desde: <https://medium.com/espanol>.

La idea original de los creadores era animar a las personas usuarias de Twitter a crear posts más largos que los 140 caracteres que permite dicha plataforma y, al mismo tiempo, ofrecer un entorno de edición más sencillo y con menos distracciones.

Capacidad de construir comunidades (posibilidades para consolidar y dinamizar grupos vinculados a intereses comunes...):

Según algunos de sus usuarios, como se indica en el artículo [10 blogs de Medium y las virtudes de esa plataforma](#), publicado en blogpocket, *la comunidad a su alrededor está muy predispuesta*

a interactuar, algo que va a ser muy importante para posicionar. También en dicho artículo se presenta a esta plataforma como una herramienta para aumentar el tráfico hacia una web o blog.

Parece ser que la plataforma otorga más visibilidad al contenido de interés para la comunidad. El contenido con un gran número de lecturas o comentarios, automáticamente se promociona para llegar a más audiencias.

Según el artículo [Cómo y por qué hacer un blog en médium](#), publicado en *dyadigital.com*, se incluyen algunas herramientas destinadas al trabajo colaborativo y la participación como notas al margen, notas subrayadas y la posibilidad de tuitear fragmentos de texto.

Otros usuarios destacan la posibilidad de conectarse con otros autores de temáticas afines o de interés y encontrar audiencias de calidad.

Tipología de las comunidades (lazos fuertes o débiles, nivel de formalización del grupo...):

No soy usuario ni conocía *médium* hasta ahora, así que sólo puedo valorar el tipo de comunidades según la investigación y lecturas que he llevado a cabo para conocer esta plataforma. Según lo que he leído en los diversos artículos y contenidos que hablan sobre Medium, pienso que el tipo de comunidad se centra en conectarse a otras personas por intereses comunes más que por motivos afectivos o afinidad.

También pienso que la plataforma permite diversos tipos de comunidades en función de los perfiles que se conecten alrededor de una comunidad o perfiles determinados, definiendo los lazos y el grado de formalización del grupo según el tipo de contenidos y las relaciones que se establezcan en una comunidad concreta o alrededor de uno o varios perfiles.

Política de moderación:

Según las [condiciones de uso](#) de la plataforma, se establecen algunas políticas de contenidos como (se comparten algunos fragmentos referentes a la moderación de contenidos):

No puedes hacer, o intentar hacer, lo siguiente: 1) acceder o falsear con áreas no públicas de los Servicios, nuestros sistemas informáticos, o los sistemas de nuestros proveedores técnicos; 2) acceder o buscar los Servicios usando métodos más allá de los interfaces publicadas disponibles (por ejemplo, API) provistas; 3) falsificar cualquier cabecera de los paquetes TCP/IP o cualquier parte de la información de cabecera en cualquier correo electrónico o publicación, o en cualquier forma que use los Servicios para enviar información identificativa de la fuente alterada, engañosa o falsa; 4) interferir con, o interrumpir, el acceso de cualquier usuario, hospedaje, o red, mediante envío de virus, sobrecargas, flooding, spamming, mail-bombing, a los Servicios, o scriptando la creación de contenido o cuentas de tal forma que interfiera o cree una carga excesiva en los Servicios.

Podemos cambiar, terminar o restringir el acceso a cualquier aspecto del servicio, en cualquier momento, sin aviso.

Medium es únicamente para personas mayores de 13 años. Al usar Medium, aseguras que tienes más de 13 años. Si descubrimos que alguien menor de 13 años está usando Medium, eliminaremos su cuenta.

Posees los derechos del contenido que publicas en Medium. Nosotros no reclamamos la

propiedad del material publicado. Sin embargo, al publicar o transferir contenido a Medium, nos das permiso para utilizar tu contenido solamente para proporcionar los Servicios de Medium, incluyendo, sin limitarnos a, almacenar, visualizar, reproducir y distribuir tu contenido. Esto puede incluir la promoción de tu contenido con empresas o servicios asociados para una difusión más amplia, distribución o publicación.

Nunca venderemos tu contenido a terceros sin tu permiso explícito.

Al publicar en Medium, aceptas permitir a otros ver tu contenido.

Eres libre de eliminar tu contenido de Medium en cualquier momento, aunque pueda haber un retraso en la eliminación de la visualización pública debido a requisitos operacionales.

Mantenemos, pero no mostramos públicamente, copias de seguridad de tu contenido eliminado en nuestros servidores durante 30 días después de la eliminación de tu cuenta. Si eliminas tu cuenta o contenido, puede que sea permanentemente irrecuperable.

Eres responsable del contenido que envías a Medium y asumes todos los riesgos asociados, incluyendo la confianza de terceros en su exactitud, o reclamaciones relacionadas con la propiedad intelectual u otros derechos legales. Al publicar, aceptas que tienes los derechos necesarios para publicar el contenido en Medium, y que al hacerlo no entras en conflicto con ninguna otra licencia que hayas concedido.

Protocolos/herramientas de comunicación:

La publicación de contenidos se realiza a través de un editor sencillo de texto (basado en la interfaz clásica WYSIWYG). La edición también permite añadir formato al texto, enlaces, fotos y vídeos.

Estos contenidos publicados se pueden publicar en la plataforma y compartirlas en las redes sociales. Y los posts se pueden valorar de forma similar a otras plataformas como *Digg* o *Reddit*.

Así mismo, las publicaciones se pueden compartir en redes sociales como *Facebook* o *Twitter*.

Quora, <https://www.quora.com>

Descripción del sitio:

Según [su propia descripción](#) publicada en la plataforma, su misión es *compartir y aumentar el conocimiento en el mundo*. Quora es una plataforma donde se pueden realizar preguntas y obtener respuestas. Según [Wikipedia](#), Quora fue fundada por dos ex trabajadores de *Facebook*, Adam D'Angelo y Charlie Cheever.

Por otro lado, también hacen manifiesto su intención de romper con la brecha de conocimiento a través de la interacción de las personas: *Hay conocimientos muy valiosos al que gran parte de la población no tiene acceso. Normalmente porque esta información sólo la saben grupos selectos o expertos en el tema y no son compartidos con la mayoría de la gente. Queremos poner en contacto a personas con distintos puntos de vista para que puedan dialogar y comprenderse mejor.*

Capacidad de construir comunidades:

Quora incorpora algunas funcionalidades propias de las redes sociales destinadas a crear comunidad y grupos de debate: seguir un determinado tema de discusión o usuario, recibir notificaciones de nuevas respuestas a una determinada pregunta, votar respuestas, compartir las preguntas y respuestas en otras redes sociales...

Otro aspecto destinado a la calidad de los contenidos y generar una construcción colaborativa del conocimiento es la posibilidad de editar las respuestas ya realizadas o realizar correcciones.

Tipología de las comunidades:

Creo los objetivos que pretenden cumplir la plataforma a través del sistema de preguntas y respuestas pueden generar un tipo de comunidad fuertemente comprometida con la información y la construcción de conocimiento. Responder preguntas de forma colectiva y compartir el conocimiento podría generar unos lazos de conexión fuertes y un alto compromiso con los objetivos de la plataforma.

Esto puede verse en la categoría y calidad de algunos usuarios. Entre las personas registradas hay trabajadores de compañías importantes como *Google* o *Facebook*, editores de sitios de noticias tecnológicas como *Mashable* o *TechCrunch*, políticos, periodistas y líderes de opinión...

Política de moderación:

En la página de [condiciones](#) de *Quora* podemos leer aspectos relacionados con su política de moderación:

Usted es propietario del contenido que publica; además nos otorga a nosotros y a otros usuarios de la Plataforma Quora determinados derechos y licencia de uso.

Usted es responsable del contenido que publica. Esto incluye garantizar que posee los derechos necesarios para publicar dicho contenido y que este no infringe los derechos legales de terceros (por ejemplo, difamación) ni cualquier ley vigente.

Nosotros no apoyamos ni verificamos el contenido publicado por los usuarios. Nuestro contenido y materiales se le proporcionan “en las condiciones en que se encuentran”, sin garantías. Usted es el único responsable de su uso de la Plataforma Quora. Las publicaciones de abogados, médicos y otros profesionales no deben tratarse como un sustituto del asesoramiento profesional para su situación específica.

Quién puede usarla. Se prohíbe el uso de la Plataforma Quora a personas menores de 13 años. Usted declara que tiene al menos la mayoría de edad en la jurisdicción donde vive o, en caso contrario, su padre o tutor legal debe dar su consentimiento a estas Condiciones de servicio y afirmar que acepta este Acuerdo en su nombre y es responsable por su uso.

Sus responsabilidades respecto a Su Contenido. Al publicar Su Contenido en la Plataforma Quora, usted declara y garantiza que: i) posee la titularidad, o ha obtenido todas las licencias o permisos necesarios de las partes necesarias, para usar Su

Contenido y otorgarnos los derechos de uso de Su Contenido según se expresa en el presente Acuerdo, y ii) publicar Su Contenido no infringe la propiedad intelectual o los derechos personales de terceros ni leyes o normativas vigentes. Usted asume la responsabilidad total de evitar el incumplimiento de los derechos de propiedad intelectual o derechos personales de otros, o el incumplimiento de leyes y normativas en relación con Su Contenido. Usted es responsable de garantizar que Su Contenido no infringe la Política de uso aceptable, la Política de derechos de autor y la Política de marcas registradas de Quora, otras políticas publicadas por Quora, o cualquier ley o normativa vigente. Usted acepta costear todas las regalías, gastos y cualquier otro importe adeudado a cualquier individuo por causa de Su Contenido.

Protocolos/herramientas de comunicación:

La Plataforma Quora permite añadir publicaciones que incluyan textos, fotos, vídeos, enlaces y archivos.

La plataforma incluye herramientas y opciones de seguir preguntas y usuarios, así como un sistema de alertas y notificaciones.

Además de la versión web, Quora dispone de app para [iOS](#) y [Android](#).

Wikipedia, <https://www.wikipedia.org>

Descripción del sitio:

Según se define en un artículo dentro de la misma plataforma, [Wikipedia](#) es una enciclopedia libre políglota, editada de manera colaborativa. Es administrada por la Fundación Wikimedia, una organización sin ánimo de lucro cuya financiación está basada en donaciones. Sus más de 48 millones de artículos en 300 idiomas han sido redactados en conjunto por voluntarios de todo el mundo, lo que suma más de 2000 millones de ediciones, y permite que cualquier persona pueda sumarse al proyecto para editarlos.

Wikipedia fue creada en 2001 por Jimmy Wales y Larry Sanger y es alojada por la Fundación Wikimedia, una organización sin fines de lucro que también alberga una gama de otros proyectos como el repositorio de fotos libres de derechos *Commons*, la guía de viajes libre *Wikiaviales*, libros de contenido libre *Wikilibros* o la colección de citas *Wiquote*, entre otros.

En su página de [Términos y condiciones de uso](#), reflejan parte de su misión:

- *Capacitar y atraer personas alrededor del mundo a recopilar y desarrollar contenido educativo y publicarlo bien bajo licencia libre o bien donándolo al dominio público.*
- *Diseminar ese contenido de manera efectiva y global, sin costes.*

Capacidad de construir comunidades:

Aunque en la actualidad es la principal fuente de consulta de información y algunos estudios han reforzado la precisión de muchos de sus artículos, también tiene críticas sobre la fiabilidad de la

información o la posible parcialidad de la misma. Esto no sólo hace que haya comunidades que se posicionen en contra o a favor, sino también que Wikipedia se convierta en objeto de estudio por estas comunidades.

Por otro lado, la construcción colaborativa de sus artículos ayuda a crear comunidades de personas voluntarias dispuestas a dedicar su tiempo a la revisión y redacción de textos. Sin embargo, pienso que las principales comunidades alrededor de Wikipedia se forman fuera de línea. Al menos si hablamos de comunidades organizadas y permanentes en el tiempo. En este sentido, podemos comprobar que hay grupos de científicos, profesorado o investigadores/as en universidades, colectivos especializados en una temática concreta... interesados en revisar y generar contenidos. A menudo, estos colectivos llevan a cabo reuniones y convocatorias para revisar y editar artículos.

El interés común a todas esas personas y grupos podría ser la construcción colectiva de conocimiento y acceso universal al mismo. Pero, además, permite a estos grupos revisar en temas específicos la rigurosidad de los datos, el uso del lenguaje, facilitar enlaces y referencias... Esta posibilidad de libre edición podría parecer que lleva el riesgo de una construcción de conocimiento con un marcado carácter subjetivo e ideologizado, pero pienso que se debe tener en cuenta que ninguna enciclopedia es objetiva. En este sentido, incluso la posibilidad de edición colaborativa podría actuar como una mayor garantía de rigurosidad al ofrecer un control distribuido de la información sin depender de los intereses de una única persona u organización.

Tipología de las comunidades:

Por el tipo de trabajo desarrollado por la comunidad de personas voluntarias que editan Wikipedia, pienso que son personas y comunidades con un alto nivel de compromiso en la construcción de conocimiento colectivo.

Sin embargo, los lazos de estas personas y comunidades, al tratarse de una forma de edición altamente distribuida, no creo que se constituyan lazos fuertes, salvo en las comunidades previamente organizadas fuera de línea y que editan contenidos desde la pertenencia a un colectivo concreto con el que están comprometidos.

Política de moderación:

Las políticas de moderación de contenidos se basan fundamentalmente en respetar las condiciones de uso de la plataforma y que se resumen en sus [condiciones de uso](#):

- *Responsabilidad* — *Usted es responsable de sus ediciones (en tanto que nosotros sólo alojamos su contenido).*
- *Urbanidad* — *Usted apoyará un entorno cívico y no hostigará ni atacará a otros usuarios.*
- *Comportamiento legal* — *Usted no infringirá las leyes de derechos de autor ni otras leyes.*
- *No daños* — *Usted no dañará nuestra infraestructura tecnológica.*

Protocolos/herramientas de comunicación:

Wikipedia, fundamentalmente, facilita una infraestructura técnica y organizativa para la redacción y edición de contenidos indexados. El contenido publicado se registra mediante dos tipos de licencias copyleft: Licencia Creative Commons Attribution-CompartirIgual 3.0 Unported ("CC BY-SA"), y Licencia de Documentación Libre de GNU ("GFDL").

Wikipedia guarda un historial de modificaciones de forma que se puede acceder a los cambios realizados. Además, las páginas y artículos tienen la posibilidad de contar con un espacio de discusión para debatir sobre los contenidos editados y realizar comentarios y observaciones.

Las múltiples formas de colaboración de Wikipedia se pueden encontrar en una página específica de [Ayuda](#). Algunas de estas formas de colaboración mencionadas son: crear o editar artículos, realizar correcciones, traducir, escribir documentación sobre el proyecto, hacer donaciones, difundir la enciclopedia, incluir referencias, incluir en los artículos material audiovisual, correcciones ortográficas...

Además, Wikipedia, tiene apps disponibles para [iOS](#) y [Android](#).

Wikiritribune, <https://es.wikiritribune.com>

Descripción del sitio:

Tal y como se definen en su [página web](#), Wikiritribune es *una plataforma de noticias que reúne a periodistas y una comunidad de voluntarios*. El portal es una creación de Jimmy Wales, miembro fundador de Wikipedia. Según dice el propio fundador de la plataforma en la página de [colaboraciones](#), *Wikiritribune está comprometido con producir contenido neutral de calidad y de evidencia*. Tal y como se hacía eco [la agencia EFE](#), la versión española del portal está operativa desde el 20/09/2018, casi un año después desde su lanzamiento en inglés.

En la entrada de [Wikipedia](#) que define este portal, se resalta la relación entre los periodistas y la supervisión de contenidos por parte de personas voluntarias: *es una web de noticias en la cual periodistas profesionales investigan e informan acerca de noticias, y los voluntarios supervisan los artículos mediante comprobación de pruebas y añadiendo fuentes*.

Wikiritribune carece de publicidad y se financia mediante donaciones destinadas a la contratación de periodistas. El acceso a las noticias es gratuito y cualquier persona puede actualizar artículos (aunque estos cambios deben ser aprobados por el personal o los voluntarios de confianza).

Capacidad de construir comunidades:

Lo más llamativo del tipo de comunidad que pretende establecer este portal de noticias es la relación en la construcción de las noticias entre personas periodistas y público en general. Esto es algo novedoso ya que normalmente el público es protagonista de los hechos informativos, o es destinatario de los mismos. Por otro lado, cuando es la propia ciudadanía quien relata, lo hace desde su condición de ciudadano fuera del ámbito periodístico. Por tanto, la mezcla de ambos perfiles en un mismo relato es una de las principales características de la comunidad que pretenden crear.

Sin embargo, la dependencia en la generación y supervisión de los contenidos por parte del grupo de periodistas contratado, podría dificultar la generación de comunidades organizadas de forma distribuida y horizontalmente.

Se puede identificar una comunidad de periodistas que presumiblemente irá creciendo dentro de la organización. Pero creo que el papel del público, en este caso, no está destinado tanto a la generación de comunidades organizadas (salvo comunidades de usuarios), como a constituir un grupo de personas al servicio de la transparencia y el control de la calidad y la neutralidad de la información.

Tipología de las comunidades:

Como se ha comentado anteriormente, es claro el nivel de compromiso y formalidad del grupo de periodistas contratado detrás de la plataforma, pero los lazos del grupo de personas voluntarias colaboradoras no se establecen en tanto con otras personas, sino para con la plataforma en un compromiso de asegurar un mayor rigor periodístico.

En este sentido, faltan posibilidades mayores de interacción entre el público en general. Un ejemplo que me ha llamado la atención es que no hay posibilidad de crear comentarios en las noticias. Algo que hoy día incluyen la mayoría de versiones online de las versiones digitales de los periódicos tradicionales. Este apartado de comentarios permite separar la información del artículo de la opinión, pero al mismo tiempo facilita la libre expresión y la discusión.

Política de moderación:

La moderación de contenidos de esta plataforma, según se puede leer en la página de [términos de uso](#), se podrían resumir en:

- Compartir y reutilizar artículos bajo licencias libres y abiertas.
- Contribuir y editar nuestros diversos sitios o proyectos bajo las siguientes condiciones:
 - Responsabilidad – Tú asumes la responsabilidad de tus ediciones (ya que solo alojamos tu contenido).
 - Civilidad – Apoyas un entorno civil y no molestas a otros usuarios.
 - Comportamiento lícito – No difamas ni violas derechos de autor, ni otras leyes.
 - Sin daños – No dañas nuestra infraestructura tecnológica.

Protocolos/herramientas de comunicación:

Las herramientas facilitadas en la plataforma están destinadas a ofrecer la posibilidad de editar los artículos. Aunque estos cambios no son públicos hasta la aprobación del grupo moderador.

Por motivos de transparencia, la plataforma publica las fuentes originales de las noticias (transcripciones, audios de entrevistas) salvo en los casos en los que por seguridad deban mantenerse anónimas. También es público el historial de cambios y ediciones.

Según los propios desarrolladores, pretender evitar el *efecto de cámara de eco* (entregarle

noticias a aquellos que ya conocen los medios en lugar de educar a las personas que necesitan ayuda para encontrar fuentes confiables) mediante la esperanza de que las API abiertas para WikiTribune puedan proporcionar señales útiles a los algoritmos, para que estos, a su vez, ayuden a guiar productivamente a la gente a mejores y más completas fuentes de información.

Como también se ha comentado, la plataforma carece de un espacio para comentarios o discusiones.

Slack, <https://slack.com>

Descripción del sitio:

Slack es una plataforma de trabajo en equipo y gestión de proyectos. Según describen en la página principal de su web *los equipos se comunican a través de canales, que puedes organizar por proyectos, temas, departamentos*. Permite la integración con otras aplicaciones como los repositorios de archivos *Google Drive* o *Dropbox*, programas de mensajería y chats como *Hangout* o *Skype*, boletines como *Mailchimp*...

Slack dispone de varios planes y precios. Dispone de una [versión gratuita](#) para grupos pequeños y con algunas limitaciones: 10.000 mensajes, máximo de 10 aplicaciones, llamadas de voz y vídeo sólo 1:1, 5 gb de almacenamiento...

El interés en el uso de este tipo de herramientas se justifica en centralizar herramientas de comunicación y coordinación en una misma plataforma para simplificar las tareas de comunicación interna y coordinación.

Capacidad de construir comunidades:

La capacidad de construir comunidad de Slack viene condicionada por la necesidad de trabajo en equipo online de un grupo de personas dentro de una organización o colectivo. Las herramientas que incluyen están destinadas a la coordinación, comunicación interna, reparto de tareas... de las personas que integran dicho equipo.

Por tanto, las posibilidades de consolidación del grupo vendrán marcadas por el nivel de uso y compromiso en la implementación de esta herramienta en la metodología de trabajo del grupo y la planificación de acciones a llevar a cabo por el mismo grupo.

Tipología de las comunidades:

Los tipos de comunidades a los que puede dar respuesta Slack creo que tienen que ver con grupos de trabajo dispersos o descentralizadas, con una necesidad de coordinarse de forma online. Por supuesto, el grado de uso y eficacia de este tipo de herramientas también vendrá condicionado por la necesidad de esta coordinación online y requiere usuarios y usuarias acostumbradas a trabajar online de forma colaborativa.

Este trabajo colaborativo continuado en el tiempo marcado por la necesidad de coordinación para llevar a cabo proyectos y trabajos comunes, requiere también de comunidades formales organizadas con cierto grado de permanencia en el tiempo

Política de moderación:

La moderación y construcción de contenidos viene condicionados por los perfiles y los roles de los usuarios que se crean en la plataforma. Un propietario puede crear un espacio de trabajo de y nombrar administradores, que le ayuden a gestionar el equipo e invitan a otros miembros e invitados con diferentes permisos y posibilidades de colaboración.

Otras políticas de uso estipuladas en las [condiciones del servicio](#) que podemos señalar son la necesidad de ser mayor de 16 años o la exención por parte de la plataforma de la responsabilidad derivada de las relaciones entre una organización, sus clientes, los contenidos y archivos...

Protocolos/herramientas de comunicación:

Las principales herramientas de comunicación de Slack son los canales, los mensajes, las notificaciones y las apps complementarias.

Hay varios tipos de canales: abiertos (accesibles para todo tu espacio de trabajo), cerrados (que requieren de la invitación de un administrador) y compartidos (que conectan dos espacios de trabajo independientes para comunicarse con contactos externos).

Así mismo, los mensajes pueden enviarse a un canal para todo un equipo, o de forma privada sólo a una persona.

También se puede conectar con apps y herramientas externas. Slack incluye un directorio de [apps](#) que se pueden integrar. Algunos ejemplos son *Skype*, *Hangout*, *Google Drive*, *Twitter*, *Dropbox*, *Mailchimp*... Incluso se pueden desarrollar nuevas apps gracias a la API que se facilita desde la propia plataforma.

Además de su versión en la nube, Slack también dispone de aplicaciones de escritorio para diversos sistemas operativos y Apps para [Android](#) e [iOS](#).

Google Drive, <https://www.google.com/drive>

Descripción del sitio:

Podemos definir coloquialmente a Google Drive como un repositorio de archivos en la nube con la posibilidad de crear y/o compartir los documentos creados y/o subidos. Esto nos permite acceder, subir, ver, crear y compartir estos archivos desde cualquier dispositivo conectado e internet.

Para poder usar este servicio, como muchos otros de Google, se debe disponer de una cuenta de correo en *Gmail*. La versión gratuita dispone de 15 gb de almacenamiento, aunque tiene opciones de ampliación de dicha capacidad mediante diferentes planes o si se cumplen algunos requisitos.

Los tipos de archivos que se pueden crear son documentos de texto, presentaciones multimedia, formularios, hojas de cálculo y dibujos. Y los archivos que más habitualmente se suben y comparten son fotografías y documentos de diversos tipos y formatos.

Capacidad de construir comunidades:

Soy un usuario activo de este servicio desde hace tiempo y he podido comprobar como es un servicio de mucha utilidad para diversos tipos de grupos y comunidades: asociaciones y colectivos en los que he militado, equipos de trabajo desde el ámbito laboral e incluso entre familiares y amigos.

Las opciones de compartir y la edición colaborativa de los archivos y documentos de una forma fácil e intuitiva, junto con la masiva implantación de los servicios de Google y las cuentas de *Gmail*, convierten a esta plataforma en un recurso muy usado en la actualidad por todo tipo de grupos y perfiles.

Pienso que las posibilidades de esta plataforma no están tan enfocadas a crear nuevas comunidades, sino a facilitar y satisfacer las necesidades de coordinación y relación entre grupos ya creados previamente. Por tanto, se trata de grupos y comunidades más o menos organizadas ya consolidados o en proceso de consolidación que requieren del apoyo de una plataforma online de ayuda y soporte para algunas de las necesidades grupales.

En esa misma lógica, esta necesidad de coordinación viene condicionada por los intereses comunes que haya detrás del grupo organizado: necesidad de mantener una comunicación interna, elaborar documentos de forma colaborativa, compartir un repositorio de archivos comunes...

Tipología de las comunidades:

Según lo anterior, los grupos que usan Google Drive tienen un nivel más o menos formal en cuanto a su organización y objetivos compartidos. Aunque, como se ha comentado, el tipo de lazos creados y la tipología del grupo puede variar enormemente según el tipo de relación del grupo, o el nivel de comunicación y uso de archivos compartidos en esta plataforma.

Política de moderación:

En la parte que corresponde a la persona que, desde el rol de administrador, puede crear y compartir archivos y documentos, se permiten varios tipos de permisos: ver los archivos compartidos, compartir la edición de los mismos invitando a otras personas, y permitir que otras personas administren y compartan con otras personas dichos archivos y documentos.

Aparte de lo anterior, muchas de las políticas de moderación de los archivos compartidos, deberán consensuarse en grupo para que no haya cambios por error, diferencias en los plazos de participación, subida de archivos inadecuada...

Por otro lado, en las [condiciones del servicio](#) también se estipulan algunos términos que deben ser aceptados al registrarse en la plataforma. Algunas de estas condiciones que tienen que ver con los contenidos creados y compartidos son:

- Tener más de 13 años.
- Tener una cuenta de Gmail.

- No usar Google Drive para fines empresariales (para eso tenemos [Google Suite](#)).
- *No utilizar Google Drive de manera inadecuada. Solo podrás usar Google Drive de la manera permitida por la legislación, incluidas las leyes y las normativas de control de las exportaciones y de las reexportaciones que estén en vigor. Eres responsable de tu conducta y del contenido que guardes en Google Drive, y deberás cumplir las políticas del programa. Podemos evaluar tu conducta y el contenido de Google Drive en cualquier momento para ver si cumplen las Condiciones y las políticas del programa.*
- *Seguirás siendo el titular de los derechos de propiedad intelectual que tengas sobre ese contenido. En resumen, lo que te pertenece sigue siendo tuyo. Al subir, almacenar, recibir o enviar contenido a Google Drive o a través del servicio, concedes a Google una licencia mundial para usar, alojar, almacenar, reproducir, modificar, crear obras derivadas (por ejemplo, las que resulten de la traducción, adaptación u otros cambios que realicemos para que tu contenido se adapte mejor a nuestros servicios), comunicar, publicar, ejecutar o mostrar públicamente y distribuir dicho contenido. Google usará los derechos que le confiere esta licencia únicamente con el fin de suministrar, promocionar y mejorar los servicios y de desarrollar servicios nuevos.*

Protocolos/herramientas de comunicación:

Las principales herramientas colaborativas de edición son la edición en tiempo real o de forma asíncrona de archivos y documentos, la posibilidad de insertar comentarios, realizar chats y videoconferencias...

Además, *Google Drive* guarda un histórico de revisiones con los cambios y modificaciones realizadas, de forma que podemos saber cuándo y qué persona ha realizado algún cambio, así como revertir dicho cambio y volver a una versión anterior del documento.

Por otro lado, desde la cuenta de Google y también tenemos acceso al ecosistema de [apps de google](#) y un [directorio de extensiones](#) creadas por otros desarrolladores que se pueden integrar en la plataforma.

Como muchas de las herramientas nombradas, además de la versión en la nube y la versión de escritorio para sincronizar la subida y descargas de archivos desde un pc local, también dispone de apps para [Android](#) e [iOS](#).

Por último, también dispone de opciones y planes con diversas ventajas para organizaciones educativas o asociaciones y ONG ([Google Grants](#)) con diversas aplicaciones y funcionalidades integradas.

Telegram, <https://telegram.org>

Descripción del sitio:

Telegram es un programa de mensajería instantánea que surge como una alternativa más libre y segura a *WhatsApp*. El servicio está administrado por una organización sin ánimo de lucro con sede en Dubái.

Aunque comenzó diseñado sólo para móviles, hoy es una herramienta multiplataforma. Sus principales funcionalidades son: crear conversaciones de texto y archivos multimedia (vídeos, fotos, gif...), crear canales de difusión, grupos de debate (y supergrupos, hasta 100.000 contactos) y realizar llamadas VOIP.

Según declaran en su web, Telegram es una aplicación gratuita para siempre, sin anuncios ni otras cuotas. Actualmente es un servicio usado por más de 180 millones de usuarios.

Capacidad de construir comunidades:

Como algunas de las plataformas ya comentadas, Telegram ofrece a diferentes tipos de comunidades estar en contacto. Por lo general, estas comunidades suelen ser grupos previamente organizados: trabajo, familia, amigos, organizaciones sociales... que amplían las posibilidades de comunicación interna a través de las posibilidades de mensajes entre personas o creación de grupos.

Sin embargo, también es una plataforma que permite la creación de comunidades alrededor de una temática, marca, medio, organización... Ya que este tipo de entidades pueden [crear un canal](#) para construir una comunidad de personas alrededor. En estos canales las publicaciones de la entidad administradora tienen más visibilidad que el resto de la comunidad, por lo que no es una comunicación igual de horizontal que los grupos. No está tanto destinado a generar debate, sino a informar.

Pero más allá de las comunidades de personas usuarias, también alrededor de la propia plataforma existe una comunidad de voluntarios que promueven el uso y desarrollo de Telegram. Esto se lleva a cabo a través de diferentes formas: soporte colaborativo informático, desarrollo de mejoras y correcciones, desarrollo de apps complementarias, traducciones...

Tipología de las comunidades:

Las tipologías de las comunidades usuarias de Telegram pueden variar según varios factores: el tamaño del grupo, el tipo de relación entre los miembros, los intereses compartidos y los objetivos de los debates propuestos... Por tanto, esta tipología no viene tanto condicionada por la herramienta en sí, como por las características de un grupo o sus objetivos e intereses compartidos.

Algunos de estos grupos pueden estar basados en mantener lazos informales y afectivos (grupos de amigos o familia), grupos formales y más o menos permanentes (trabajo), otros estar basados en el compromiso social (organizaciones sociales y grupos de activistas) o comunidades sin un alto nivel de interacción y participación pero con interés en estar en contacto con otras personas o contenidos bajo una temática afín (a través de los canales).

Política de moderación:

El grado y posibilidades de moderación vienen determinados por cada una de sus funcionalidades. En las conversaciones privadas, se establece una relación horizontal cuyas publicaciones dependen de cada persona.

En los grupos, es necesario un administrador para la creación del mismo y, esta persona administradora, tiene ciertos privilegios para moderar el grupo y sus miembros.

En los canales, sólo las personas administradoras pueden publicar los mensajes, por lo que a pesar de su posibilidad de construir grandes comunidades alrededor, su sentido no es el de generar debates, mantener la comunicación interna de una comunidad, o coordinarse.

Por otro lado, al igual que ocurre con otras herramientas y plataformas anteriormente analizadas, muchas de las políticas de moderación deberán consensuarse en grupo para que no haya aportaciones poco relevantes, ruido, diferencias en los plazos de participación...

Además, en su página de [respuestas frecuentes](#) (no he encontrado en su web unas políticas del sitio o condiciones de uso), se detallan algunas condiciones referentes a la moderación y publicación de contenidos y que tienen que ver con:

- Los usuarios no pueden enviar mensajes no deseados a terceros.
- Los *stickers*, grupos, *bots* y canales públicos no pueden ser empleados con fines violentos o pornográficos.
- No se podrán publicar contenido que infrinja los derechos de autor.

Protocolos/herramientas de comunicación:

Ya se ha comentado que Telegram facilita tres tipos de comunicación: conversaciones privadas entre personas, grupos de debate, o canales de información.

Las aplicaciones están disponibles para más de 10 sistemas operativos: Android, iOS, macOS, Windows, GNU/Linux, Firefox OS, navegadores web, entre otros.

La API permite la creación de clientes externos, algunos de ellos bajo software libre.

Mención especial requiere algunas de sus opciones de privacidad. Telegram asegura la confidencialidad de los mensajes y su encriptación. Además, existe la posibilidad de realizar chats secretos e incluso el envío de mensajes con fecha de caducidad.

Instagram, <https://www.instagram.com>

Descripción del sitio:

Instagram es una red social cuyo contenido está centrado en subir y compartir fotos y vídeos cortos desde el móvil (aunque permite ver perfiles y contenidos desde la versión web, no se puede publicar). Esta red fue creada por Kevin Systrom y Mike Krieger (se puede leer sobre sus perfiles en la página de [about](#) en la propia plataforma) en 2010 y en la actualidad cuenta con más de billón de usuarios activos al mes según un reciente estudio de [TechCrunch](#). En 2012 Facebook compró Instagram, por lo que actualmente es propiedad suya.

Esta red social permite aplicar efectos y filtros a las fotografías, así como compartirlas en otras plataformas como Facebook, Tumblr, Flickr y Twitter.

Como nos recuerdan en [Wikipedia](#): *Una característica distintiva de la aplicación es que da una forma cuadrada a las fotografías en honor a la Kodak Instamatic y las cámaras Polaroid, contrastando con la relación de aspecto 16:9 y 4:3 que actualmente usan la mayoría de las cámaras de teléfonos móviles.*

Además, comparte muchas de las funcionalidades de otras redes como enviar mensajes privados, el uso de hashtags, menciones, retransmisiones en directo... Aunque una diferencia notable es que, en las publicaciones, hoy día, no se pueden insertar enlaces (sí se puede en la descripción de un perfil y en las *stories* si cumples una serie de requisitos desde un perfil determinado). En la actualidad, esta plataforma pertenece a Facebook.

Por último, aunque comenzó y sigue siendo usada por un público adolescente y joven, cada vez la horquilla de edad se ha ido ampliando con el paso de los años.

Capacidad de construir comunidades:

A pesar de las posibilidades de interacción, los contenidos y el uso principal están enfocados a mostrar contenidos de forma visual, pero el espacio dedicado a la posibilidad de interacción tiene un nivel de visibilidad mucho menor. Si bien es cierto que se permiten comentarios, *likes*... las comunidades de personas alrededor de una cuenta son más bien seguidores de un determinado perfil con un interés de estar informados sobre los contenidos compartidos por dicho perfil. Esto no significa que una determinada comunidad o grupo no pueda darle un uso social, pero suele usarse más para la creación de campañas y visibilización de acciones que como herramienta de comunicación participativa.

No obstante, permite algunas funcionalidades más propias para la construcción de comunidades como la creación de Grupos, aunque los datos actuales nos demuestran que, de momento, no es algo usado de forma significativa.

Tipología de las comunidades:

Ya se ha comentado que el tipo de comunidad que se fomenta es el de una comunidad de personas con interés de seguir una determinada cuenta y poder seguir sus contenidos publicado. O bien, captar seguidores para una cuenta propia. Aunque pueden compartir algunos rasgos comunes, los lazos de los diferentes miembros son más bien débiles dentro de la propia comunidad, aunque si pueden mostrar un alto grado de compromiso con la cuenta seguida.

Sin embargo, sí creo importante destacar la importancia que este tipo de herramientas adquieren en el público más joven en sus procesos de socialización. La adolescencia es una etapa donde cobra especial importancia la construcción de la identidad y autopercepción de la imagen (y, sobre todo, como ésta es recibida por el grupo de iguales). Este tipo de plataformas centradas en mostrar imágenes, así como en seguir a algunos de sus referentes, sí que influyen en la construcción de relaciones y establecimiento de comunidades offline a partir de los rasgos comunes característicos de esta etapa evolutiva.

Política de moderación:

En su página de [normas comunitarias](#) dejan claro su intención respecto a las políticas de sus

contenidos: *Queremos que Instagram siga siendo un lugar auténtico y seguro en el que los usuarios puedan encontrar la inspiración y expresarse. Ayúdanos a fomentar esta comunidad. Publica solamente tus propias fotos y vídeos, y cumple en todo momento la Ley. Respeta a todos los usuarios de Instagram; no les envíes spam ni publiques desnudos.*

Y, por otro lado, en las [condiciones de uso](#), se estipulan algunas políticas como:

- Tener al menos 14 años, o la edad mínima legal en tu país.
- No publicar contenido privado o confidencial de ninguna persona.
- No puedes haber sido condenado por delitos sexuales.
- No llevar a cabo ninguna actividad que infrinja los derechos de otra persona, incluidos sus derechos de propiedad intelectual o industrial.

Protocolos/herramientas de comunicación:

Las herramientas disponibles en Instagram están centradas en subir y compartir imágenes y vídeos cortos. También se pueden aplicar efectos y filtros a las imágenes, así como acompañarlas de una descripción, incluir menciones y hashtag. Las diversas opciones de publicación son:

- Publicaciones del perfil, el tipo de publicación más común llevado a cabo por los usuarios y que permiten compartir imágenes y videos con una descripción de texto, mencionar usuarios y el uso de hashtags.
- *Stories*: presentaciones de corta duración en video y/o fotos con o sin texto que aparecen en un apartado destacado y se mantienen durante 24 horas.
- *Instagram direct*, el servicio de mensajes privados entre usuarios.
- *IGTV*, canal de vídeo ligado a una cuenta para subir vídeos de mayor duración.

Y las herramientas más directamente centradas con otra comunicación más horizontal e interna para una comunidad de personas son la creación de grupos y los mensajes privados.

Además, existen multitud de herramientas complementarias para la edición de imágenes, programación de publicaciones, estadísticas... Para ello, Instagram facilita su API para que otros desarrolladores puedan crear este tipo de aplicaciones complementarias.

Facebook, <https://www.facebook.com>

Descripción del sitio:

Hoy día, Facebook es la red social generalista más usada. Fue creada en 2004 por Mark Zuckerberg junto a otros compañeros de la Universidad de Harvard. Actualmente, cuenta con más de 2200 millones de usuarios activos mensuales. Sin embargo, hoy día, Facebook se enfrenta a una crisis múltiple por la bajada de usuarios, los conflictos asociados a sus políticas de privacidad y la minería de datos o la dificultad de gestionar *fake news* u otro tipo de contenido malicioso.

Para compartir contenido en Facebook hay [tres formas de estar presentes](#): *Perfiles* (para publicar a título personal y conectarse con otras personas a través de solicitudes de amistad), *Páginas* (espacios de publicación para organizaciones y a los que otras personas se hacen seguidoras) y *Grupos* (para crear comunidades de debate en torno a una temática concreta).

Capacidad de construir comunidades:

A pesar de la crisis actual y las malas prácticas llevadas a cabo en Facebook (tanto por parte de la propia organización como de sus usuarios), en los últimos años hemos podido comprobar cómo ha sido una plataforma importante para crear comunidades de diversos tipos. Algunas posibilidades podrían ser:

- Establecer redes de afinidad a través de las posibilidades de interacción que se ofrecen desde la conexión con otras personas a través de la petición de amistad. Estas comunidades son horizontales y pueden estar compuestas por amigos, familiares, compañeros de trabajo...
- Construir una comunidad a través de una organización o “marca”. Las páginas permiten agrupar a personas seguidoras de una organización con intereses comunes. Aunque las personas seguidoras pueden comentar publicaciones, realizar preguntas, valorar la página y las publicaciones... son espacios destinados a estar informados e interactuar con la organización que administra la página, no tanto a una comunicación horizontal entre los seguidores. A las organizaciones les permite comunicarse con su comunidad de una forma más informal y humana que en otros canales como una página web.
- Debater, informarse, coordinarse o mantener una comunicación interna a través de los grupos de debate. Estos grupos de debate están compuestos por personas con intereses comunes y, aunque en ocasiones hay un administrador que modera y debe aprobar comentarios o las solicitudes para entrar al grupo, se lleva a cabo una comunicación más horizontal.

Además, en Facebook se han llevado a cabo experiencias para la construcción de comunidades en ámbitos como las empresas, el sector educativo, el tercer sector y los movimientos sociales...

Los principales usos de esta red social por parte de sus comunidades tienen que ver con el intercambio de información, trabajar en red, coordinar grupos o acciones, formación e intercambio de conocimientos, facilitar un mayor acceso a la cultura, establecer criterios de transparencia, humanizar la imagen de las organizaciones...

Tipología de las comunidades:

Facebook facilita diferentes formas de construir comunidades con diferentes niveles de interacción y opciones de publicación de contenidos según los objetivos del espacio de publicación o los intereses comunes de las personas que componen una determinada comunidad:

- Los perfiles personales se conectan entre sí por medio de la amistad, a través de invitaciones que deben ser aceptadas. Dos personas amigas comparten el contenido de los muros y su lista de contactos. Las comunidades creadas responden a intereses personales,

profesionales, afectivos... El tipo de lazos creado y el nivel de formalidad puede variar mucho en función del motivo de la conexión con otras personas o el grado de afectividad con las mismas.

- Las páginas crean comunidades de seguidores alrededor de una marca u organización sin necesidad de confirmación de amistad. Esto hará que cualquier contenido publicado tenga un carácter más público. Puede haber varios administradores para una misma página, por lo que se podría facilitar una gestión colectiva y un reparto de tareas dentro de una organización. Sin embargo, las posibilidades de interacción de la comunidad seguidora se limitan a valorar las publicaciones, comentar o escribir mensajes privados. No obstante, las personas administradoras de una página también pueden proponer y moderar debates en sus publicaciones. Estas comunidades de seguidores pueden tener un perfil muy heterogéneo y, aunque el lazo de conexión de una persona concreta con la organización que administra la página puede ser fuerte, los lazos entre la propia comunidad son débiles ya que no hay muchas posibilidades de interacción o debate colectivo.
- Los grupos son comunidades compuestas por perfiles personales que se agrupan bajo un interés común. La participación en un grupo se realiza desde los perfiles personales. Una persona administradora puede crear un grupo para debatir o intercambiar información sobre un tema concreto, o bien mantener la comunicación interna y la coordinación en grupos de trabajo. Los lazos creados y el nivel de formalización pueden variar en función del objetivo por el que se crea el grupo o la temática tratada.

Política de moderación:

Por un lado, las personas que publican desde los diferentes espacios de publicación, podrían establecer sus propias normas de publicación para administrar los debates y aportaciones: tiempos y fechas de participación, establecer normas con respecto al uso del lenguaje, el tipo de contenido a compartir...

Por otro lado, la propia plataforma en sus [normas comunitarios](#) y las [condiciones del servicio](#), también establecen algunos términos que hacen referencia a los contenidos y que se deben aceptar al registrarse. Algunos de estos términos de uso tienen que ver con:

- Usar el mismo nombre que utilizas en tu vida diaria y proporcionar información exacta sobre ti.
- Tener más de 14 años.
- No estar condenado por delitos sexuales.
- No compartir contenido ilegal, engañoso, discriminatorio o fraudulentos

Otro aspecto a destacar en este apartado son los casos de censura que registran algunos contenidos de Facebook. Esta plataforma cuenta con un [algoritmo para detectar y bloquear contenido](#) inadecuado. Sin embargo, a menudo se comprueba como este algoritmo es imperfecto, permitiendo, a veces, contenido que vulnera los derechos humanos; mientras que en otras ocasiones censura publicaciones que podrían considerarse adecuadas faltando al Derecho de libertad de Expresión.

Por último, también requiere una mención especial en este apartado el actual algoritmo que ordena las publicaciones en nuestros *muros* y que contribuyen a generar el llamado [filtro burbuja](#).

Protocolos/herramientas de comunicación:

Facebook tiene implementadas una diversidad de opciones de publicación como texto, enlaces, imágenes y vídeos, encuestas, sentimientos, geolocalizar ubicaciones, retransmitir en directo, etiquetar y mencionar a otras personas...

Además de estas opciones de publicación, también existen multitud de aplicaciones complementarias con funcionalidades diversas que pueden complementar la gestión y el tipo de contenido a compartir. Algunas de estas apps nos permitirán hacer concursos, cambiar la apariencia de una página, juegos, crear páginas de destino...

Snapchat, <https://www.snapchat.com>

Descripción del sitio (misión, objetivos, características...):

Snapchat es una aplicación de *mensajería efímera*. Esto es, que las publicaciones compartidas sólo son visibles durante un periodo corto de tiempo elegido por los usuarios. Según se puede leer en [Wikipedia](#) fue creada por Evan Spiegel, Bobby Murphy y Reggie Brown, cuando eran estudiantes de la Universidad de Stanford (Estados Unidos), en 2015. Actualmente está desarrollada por Snap Inc., originalmente Snapchat Inc.

La aplicación permite tomar y compartir fotografías, vídeos, añadir textos y dibujos y enviarlos a una lista de contactos limitada. Estos vídeos y fotografías se conocen como *Snaps* y los usuarios pueden controlar el tiempo durante el que estos serán visibles.

En los primeros meses de su lanzamiento tuvo un alto impacto en el público más joven y adolescente. Tuvo mucho éxito y un alto crecimiento de usuarios. Incluso Facebook se interesó por comprarla, aunque no lo consiguió. Sin embargo, hoy día [ha perdido muchos usuarios y cuenta con menos usuarios activos](#) que otras redes como Facebook o Instagram. En la actualidad, se están llevando a cabo diferentes iniciativas para recuperar usuarios como la [generación de contenido audiovisual propio](#), venta de *merchandising* y *gadgets*, realidad aumentada, nuevos filtros y funcionalidades para la toma de imágenes y vídeo o el contenido compartido...

Capacidad de construir comunidades:

Ya se ha comentado que el principal usuario de Snapchat es un público joven (más de la mitad de usuarios tienen [menos de 25 años](#)). Este público joven también condiciona las posibilidades de construir comunidades en Snapchat. Por lo general, el principal atractivo de interacción es por medio de vídeos e imágenes con una durabilidad menor en la red a lo que otras plataformas ofrecen. Esto podrían dar la impresión de una mayor confiabilidad en el manejo de la información de forma segura y libre, sin represarías. La forma en la que se comparten fotos en Snapchat resulta mucho más espontánea e informal, donde el aspecto estético y la calidad de los contenidos no es tan relevante como en otras redes como Facebook o Instagram.

Las posibilidades para consolidar y dinamizar grupos también han venido condicionadas por el público más activo en esta plataforma. Por un lado, entre la propia juventud, podría haber supuesto una herramienta de socialización construcción de identidad a través de la construcción de su imagen y la autopercepción, a través de la interacción y el feedback recibido por su grupo de iguales.

Pero, por otro lado, también se han llevado a cabo proyectos y usos creativos desde otros contextos como la [educación](#), el fomento de la participación juvenil o la política. Sin embargo, por la informalidad y la volatilidad de los contenidos, no parece una aplicación destinada a generar debates o construcción colectiva de conocimiento.

Además, esta plataforma también ha sido objeto de numerosas críticas por algunos malos usos asociados a esa falsa sensación de seguridad y la distancia generada por las pantallas. Algunos ejemplos son los casos de acoso, malas prácticas de *sexting*, compartir contenido ilegal que desaparece rápidamente...

Tipología de las comunidades:

Según la [página informativa para padres y educadores](#) de la propia plataforma, *Snapchat es una aplicación de mensajería y cámara que utilizan los adolescentes para comunicarse con sus amigos en la actualidad.*

Después de lo analizado, podemos afirmar que las comunidades usuarias de Snapchat podrían estar compuestas principalmente por personas interesadas en actuar y consumir información en tiempo real (ya que el contenido es efímero), así como grupos informales por la volatilidad de los contenidos y los contenidos informales compartidos.

Política de moderación:

Desde las [condiciones del servicio](#) de la aplicación se estipulan algunas políticas de uso relacionadas con los contenidos, a modo ilustrativo se comparten algunos fragmentos:

- *Ninguna persona menor de 13 años tiene permitido crear una cuenta o usar los Servicios.*
- *No puedes copiar, modificar, distribuir, vender ni arrendar ninguna parte de nuestros Servicios, ni tampoco puedes realizar ingeniería inversa o intentar extraer el código fuente del software, a menos que las leyes prohíban estas restricciones o que cuentes con nuestra autorización por escrito para hacerlo.*
- *Muchos de nuestros Servicios te permiten crear, cargar, publicar, enviar, recibir y almacenar contenido. Al hacerlo, conservas cualquier derecho de propiedad que tuvieras sobre dicho contenido desde un principio. No obstante, nos otorgas una licencia para utilizarlo, cuyo alcance dependerá de los Servicios que utilices y de los Ajustes que hayas seleccionado.*
- *Tanto si se publica abiertamente como si se envía de manera privada, el contenido es responsabilidad exclusiva de la persona u organización que lo haya enviado. Aunque Snap Inc. se reserva el derecho a revisar o retirar todo el contenido que aparece en los*

Servicios, no necesariamente lo revisamos por completo. Por lo tanto, ni podemos asumir ni asumimos responsabilidad alguna por el contenido que proporcionan otras personas a través de los Servicios.

- *No debes utilizar los Servicios, ni facilitarle a otra persona que use los Servicios, de una manera que: violen o infrinjan los derechos de otra persona sobre la publicidad, privacidad, derechos de autor, marcas registradas u otros derechos de propiedad intelectual e industrial; abusen, acosen o intimiden; difamen; envíen spam o publicidad no solicitada a nuestros usuarios.*

Protocolos/herramientas de comunicación:

Snapchat funciona de forma similar a una aplicación de mensajería instantánea permitiendo añadir contactos y enviarles mensajes en forma de fotos o vídeos. La principal diferencia es que el emisor selecciona el tiempo en el que el receptor podrá ver ese mensaje. Aunque la aplicación también permite guardar las publicaciones en una sección llamada *recuerdos*. Cabe destacar que, si un usuario toma una captura de pantalla a un Snap de otra persona, la otra persona es notificada.

La aplicación facilita algunas herramientas y filtros para editar el contenido visual a compartir.

Además de las publicaciones estándar (*snap*s), los usuarios pueden publicar *historias*, publicaciones que permanecen de forma pública en el perfil durante 24 horas (Snapchat fue la primera plataforma en incorporar esto, posteriormente fue copiado por Facebook e Instagram).

La aplicación también tiene la opción de chatear con la lista de contactos y realizar videollamadas.

Snapchat cuenta con app para [iOS](#) y [Android](#).

ENSAYO: ANÁLISIS DE ESCENARIOS VIRTUALES PARA LA PARTICIPACIÓN

Introducción

Para este ensayo se han revisado diversos materiales compartidos en la webgrafía y bibliografía que acompaña este texto. Por otro lado, también se han analizado diversas plataformas y herramientas de comunicación 2.0 y de construcción colectiva de contenidos. Las herramientas y plataformas analizadas han sido *Medium* (microblogging), *Quora* (plataforma de preguntas y respuestas colectivas), *Wikipedia* (enciclopedia colaborativa), *Wikiritribune* (periodismo y noticias), *Slack* (gestión de proyectos y trabajo en equipo), *Google Drive* (repositorio de archivos y edición colaborativa de documentos), *Telegram* (mensajería instantánea), *Instagram* (red social centrada en compartir contenido visual), *Facebook* (red social generalista) y *Snapchat* (mensajería instantánea efímera).

En el análisis de estas herramientas se han respondido a las siguientes preguntas: descripción

general, capacidad para construir comunidades, tipología de esas comunidades, políticas de moderación y protocolos/herramientas de comunicación. En este ensayo se comparten algunas conclusiones generales tras este trabajo de análisis realizado.

Construcción colectiva de conocimiento y creación de comunidades virtuales

Tras el análisis realizado podemos afirmar que existe una **gran variedad en cuanto a la tipología de comunidades asociadas a las diversas plataformas**. Algunas de estas comunidades se construyen a través de **conexiones entre personas con intereses afines**. Por ejemplo, en *Medium*, las personas usuarias de la plataforma destacan la posibilidad de conectarse con otros autores/as de temáticas afines o por el interés y encontrar audiencias de calidad. Es el caso también de los grupos de *Facebook* o *Telegram*, que agrupan a comunidades interesadas en debatir sobre una temática común sin necesidad de establecer otros tipos de conexiones de afinidad. Por lo general, estas comunidades usan estas plataformas para debatir sobre temáticas de interés común, informarse, coordinarse y planificar acciones, intercambiar conocimientos o como complemento formativo, acceso a la cultura, mantener una comunicación interna en grupos organizados... por poner algunas de las motivaciones principales de las personas que componen estas comunidades.

En este tipo de comunidades, aunque habitualmente se cuenta con diferentes roles de moderación y administración (creadores del grupo, administradores, autores...), se lleva a cabo una comunicación horizontal. Cualquier miembro del grupo puede realizar aportaciones, ver y comentar o debatir las aportaciones de otras personas. Sin embargo, no se puede generalizar con el nivel de compromiso y los lazos de conexión entre los diferentes miembros de la comunidad, que puede variar enormemente en función de factores como el tamaño del grupo, la temática o interés compartido, los objetivos para los que se crea un determinado grupo, si hay conexión entre la comunicación online y las acciones online, si sólo es una comunidad virtual o esa comunidad esta previamente organizada, la temporalidad del grupo...

Por otro lado, otro tipo de comunidades son aquellas cuyo interés común no es tanto conectar con otras personas (aunque a veces también), sino sobre todo el **compromiso compartido con los objetivos de una determinada plataforma**. Tal es el caso de las comunidades de personas voluntarias de *Quora* o *Wikipedia*, cuya motivación común es la construcción colectiva de conocimiento. A menudo, este tipo de comunidades también se organizan fuera de línea, aumentando su nivel de compromiso y estableciendo lazos de conexión con otras personas. Tal es el caso, por ejemplo, de los *Wiki maratones* temáticos que organizan algunos colectivos para revisar artículos de *Wikipedia*. Estos actos suelen estar organizados por grupos o colectivos previamente organizados como asociaciones de medicina, profesorado e investigadores del ámbito académico, asociaciones y colectivos sociales como grupos feministas o ecologistas... Algunas de estas personas participantes en la construcción colectiva de conocimiento también adquieren cierto grado de reconocimiento y notoriedad dentro de la comunidad en la que participa, debido al volumen o calidad de sus aportaciones.

Este tipo de plataformas, a menudo, también incorporan algunas funcionalidades propias de las redes sociales destinadas a crear comunidad y generar mayor interacción: seguir un determinado tema de discusión o seguir a un usuario, recibir notificaciones de nuevas respuestas a una determinada pregunta, votar respuestas, compartir las aportaciones, preguntas y respuestas en

otras redes sociales...

Una tercera tipología de comunidad usuaria de algunas de estas plataformas podrían ser aquellos **grupos organizados previamente fuera de línea, formalmente constituidos y con un carácter de permanecer en el tiempo**. Podría ser el caso de asociaciones, colectivos sociales, grupos de trabajo, equipos profesionales... Este tipo de comunidades usan algunas de las plataformas analizadas como *Slack* o *Google Drive* como herramientas para la coordinación y comunicación interna. La capacidad de construir comunidad de este tipo de plataformas viene condicionada por la necesidad de trabajo en equipo online de un grupo de personas dentro de una organización o colectivo. Las principales motivaciones para el uso de estas plataformas pueden tener que ver con la necesidad de compartir documentos y archivos, reparto de tareas, realizar reuniones virtuales...

Según lo anterior, las posibilidades de consolidación de un grupo vendrán marcadas por el nivel de uso y compromiso en la implementación de esta herramienta en la metodología de trabajo del grupo y la planificación de acciones a llevar a cabo por el mismo grupo. Esta metodología y la implementación de estas herramientas, para ser efectiva, requiere de una comunidad de usuarios y usuarias acostumbradas a trabajar online de forma colaborativa. En ocasiones, he comprobado cómo se ha intentado implementar este tipo de recursos en grupos de trabajo sin demasiado éxito porque no todo el mundo tenía el mismo acceso, no sabían manejar estas herramientas o no se compartía la necesidad de implementar estos recursos. Por eso creo importante que este tipo de comunidades tengan interiorizada previamente la necesidad de trabajar en equipo a través de estas metodologías online, sabiendo que también puede ser una forma de coordinación complementaria a otros espacios.

Por último, podemos identificar un cuarto tipo de **comunidades conectadas en base a diferentes niveles de afinidad, desde un punto de vista más afectivo y/o relacional**. Se trataría del tipo de comunidades habitualmente construidas alrededor de herramientas de mensajería privada como *Telegram* o *Snapchat*, las conexiones de “amistad” de los perfiles personales de *Facebook*, o la lista de contactos de *Instagram*. No obstante, estas comunidades pueden ser muy heterogéneas y las conexiones responder a diferentes tipos de lazos relacionales: compañeros y compañeras de trabajo, familiares, amistades...

Por otro lado, algunas de estas herramientas, también permiten la **creación de comunidades alrededor de una temática, marca, medio, organización...** Es el caso, por ejemplo, de las *páginas de Facebook*, los *canales de Telegram* o las *cuentas de empresa de Instagram*. En estos canales las publicaciones de la entidad administradora tienen más visibilidad que el resto de la comunidad, por lo que no es una comunicación igual de horizontal que la que se da en los grupos o perfiles personales. No son espacios destinados tanto a generar debate, sino a informar. Sin embargo, en ocasiones también se facilitan espacios de debate promovidos por estos canales, aunque sobre todo suelen tener la finalidad de dar visibilidad a la organización en cuestión, buscar una interacción mayor con la comunidad o ganar seguidores/as.

Es importante reconocer como este tipo de herramientas han contribuido a redefinir el tipo de relaciones sociales que mantenemos actualmente. Algunos autores hablan de *Sociedad Red* (Manuel Castells), *Sociedad Aumentada* (Dolors Reig), *Cultura de la Convergencia* (Henry Jenkins), *Sociedad Líquida* (Bauman)... para otorgar protagonismo a como el uso actual de las

TIC ha cambiado nuestra forma de comunicarnos y relacionarnos. A través de las relaciones sociales mediadas por la tecnología influimos a otras personas y comunidades y, al mismo tiempo, también somos influidos por esas mismas personas y comunidades (a nivel personal y social).

También hemos incorporado a nuestras vidas este tipo de herramientas tecnológicas al servicio de las redes sociales, como una forma de hacer extensible nuestra personalidad (una parte, al menos) y mostrarla a nuestros semejantes. Buscando así reforzar la construcción de nuestra identidad a través de la interacción y el feedback recibido por las otras personas con las que interactuamos.

Esto es especialmente significativo si hablamos de algunos colectivos como la juventud o la adolescencia, donde las redes sociales online actualmente suponen uno de los principales contextos de socialización y construcción de comunidad. Esto lo podemos comprobar en algunas de las herramientas analizadas protagonizadas por la juventud como *Snapchat* o *Instagram*, plataformas centradas en compartir imágenes, así como en seguir a algunos de sus referentes e ídolos.

En este sentido, estas nuevas posibilidades de relación mediadas tecnológicamente, al mismo tiempo que suponen nuevas posibilidades relacionales, acceso a la cultura y de construcción colectiva del conocimiento, también han posibilitado nuevos espacios para prácticas de riesgo como ciberacoso, acceso a contenidos inapropiados, discursos de ocio, *fake news*, malas prácticas de sexting... Por eso, también se reconoce la importancia de llevar a cabo en los contextos educativos y familiares prácticas encaminadas a la enseñanza de un uso crítico y responsable de las TIC.

Posibilidades, herramientas y protocolos de comunicación

La mayoría de las herramientas analizadas comparten similares opciones de publicación de contenidos basadas en creación y edición de textos, compartir enlaces, compartir contenido multimedia como imágenes o videos, alojamiento de archivos... Así mismo, muchas también incluyen diversas formas de mantener la comunicación dentro de una determinada comunidad: mensajería privada, chats, comentarios...

Este contenido, también puede organizarse e indexarse de diversa manera y con diferente nivel de visibilidad. Algunos ejemplos basados en las plataformas analizadas son los historiales de revisión de contenidos, las menciones entre personas de una comunidad, las etiquetas y hashtags que agrupan bajo un mismo enlace un determinado contenido... A este respecto, es destacable como algunas de estas funcionalidades, tras desarrollarse para una plataforma en concreta, se replica o “copia” en otras. Tal es el caso de los *hashtags* inicialmente creados en *Twitter* y ahora presentes en la mayoría de redes sociales; o las *Stories* creadas en *Snapchat* y ahora muy populares en *Instagram* o *Facebook*.

Para facilitar la interacción y la participación de los diferentes miembros de una comunidad, estas plataformas incluyen algunas funcionalidades como el feed de noticias que muestra los contenidos de una lista de amigos, contactos o seguidores, sistemas de alerta y notificaciones personalizadas ante determinadas acciones dentro de una plataforma o posibilidades de

suscripción o seguimiento de determinados contenidos o personas. Además de estas posibilidades de comunicación y de publicación de contenidos, muchas de las plataformas también incorporan funcionalidades técnicas para compartir el contenido publicado en otros espacios como otras redes sociales. Esto, en ocasiones, permite una mayor apertura y visibilidad de los contenidos, mayores posibilidades de interacción, y la conexión e incorporación de nuevas personas o comunidades.

Por otro lado, para facilitar el uso masivo de las herramientas analizadas en los múltiples dispositivos tecnológicos actuales, la mayoría de las plataformas cuentan con aplicaciones para diversos sistemas operativos y/o versiones web en la nube.

Además, muchas de las plataformas también tienen la posibilidad de integrarse con herramientas complementarias para ampliar las posibilidades. Algunas de estas herramientas tienen que ver con tener acceso a estadísticas, generar nuevo contenido o la posibilidad de editarlos antes de compartirlo, nuevas formas de interacción como concursos o juegos... Y, algunas de las plataformas, también facilitan algunas de sus reglas de código (API) y directrices de programación para que otras personas o entidades programadoras puedan desarrollar nuevas aplicaciones complementarias.

Otro aspecto a destacar en este apartado podría tener que ver con la visibilidad que tienen esas opciones de publicación en las diferentes plataformas. En algunas de las plataformas analizadas, como *Medium*, *Facebook* o *Instagram*, podemos encontrar algoritmos que privilegian un determinado contenido por encima de otro. Esta priorización puede basarse en preferencias y opciones de personalización de un usuario en cuestión (creando el llamado *efecto burbuja* que muestra más contenidos afines a un determinado perfil); o bien, priorizar y otorgar una posición con mayor visibilidad en la plataforma al contenido que reúne un nivel mayor de interacción: más *likes*, comentarios, lecturas, votos...

Y, un último aspecto que creo se debe destacar antes de acabar con este apartado, serían los protocolos y sistemas de filtrado y análisis de la información para detectar malas prácticas como spam, contenido malicioso, *fake news*... Sin embargo, a menudo se comprueba cómo estos algoritmos son imperfectos, permitiendo, a veces, contenido que vulnera los derechos humanos; mientras que en otras ocasiones censura publicaciones que podrían considerarse adecuadas faltando al derecho de libertad de expresión.

Políticas de publicación de contenidos y condiciones de uso

En la mayoría de las plataformas analizadas podemos hablar de dos tipos de políticas de publicación y moderación de contenidos. Por un lado, encontramos las **medidas y normas consensuadas por un grupo o impuestas por una persona con un rol de administrador o moderador en una determinada comunidad**. Estas normas no dependen tanto de las condiciones de uso de la plataforma o sus características técnicas, sino más bien de las normas relacionadas con la autogobernanza de la comunicación de una determinada comunidad. Se trataría, por ejemplo, de la revisión de mensajes por parte de una persona administradora antes de su publicación, si existen normas de “netiqueta”, que personas o tipos de perfiles pueden publicar o mandar mensajes... Estas políticas, según sean más restrictivas o flexibles, definirán el grado de apertura y horizontalidad de la participación en una comunidad virtual.

Por otro lado, tendremos también que tener en cuenta las **políticas y condiciones de uso que establece de forma previa y ajena la plataforma en la que nos registramos**. Tras el análisis de las plataformas estudiadas, podemos ver algunas políticas y condiciones de uso comunes que tienen que ver con:

- Establecer una edad mínima para registrarse, y que habitualmente varía entre 13 y 14 años,
- Cumplir con la normativa actual en cuanto a Propiedad Intelectual. Tanto a la hora de poseer los derechos sobre el contenido a publicar, como la necesidad de ceder a la plataforma licencias de uso no exclusivas de ese contenido.
- Hacer responsable a los usuarios del contenido publicado, eximiendo de toda responsabilidad a la plataforma.
- El compromiso por parte del usuario a evitar malas prácticas en la publicación de contenidos como spam, contenido violento, suplantación de identidad, robo de información....

BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA

Álvarez Álvarez, J.F. & Domínguez Figaredo, D. (2012). El nuevo marco tecno-social: técnicas y tecnologías coproductoras de un nuevo espacio sociotécnico. Hybrid Learning, materiales de la *Misión Introducción a la Innovación Abierta*, <http://goo.gl/MBD46>

Domínguez, D., & Álvarez, J.F. (2012). Social Networks and University Spaces. Knowledge and Open Innovation in the Ibero-American Knowledge Space. *RUSC, Universities and Knowledge Society Journal*, 9(1), 245–257. <https://doi.org/10.7238/rusc.v9i1.1100>

Iván Morales Ruiz, E. y Romo Jiménez, A.M. (2017): Las redes sociales como medio de comunicación política. El uso del Snapchat. En *revista Estatus, volumen 2, número 3*. Disponible en <http://revista-status.uanl.mx/index.php/status/article/view/29/14> (consulta: 24/12/2018).

Jenkins, H., Ito, M., & boyd, d. (2015). *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. NY: Polity Press. [Video 1, <https://vimeo.com/144753686> ; video 2, <https://vimeo.com/144928615>]

Rheingold, H. (1998). Introduction [The Virtual Community]. Retrieved from <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>

Sanz, S. (2005). Comunidades de práctica virtuales: acceso y uso de contenidos. *RUSC, Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 2(2), 26–35. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v2i2.259>

Sunstein, Cass R. (2006). *Infotopia: How Many Minds Produce Knowledge*. Oxford: Oxford University Press. [Abstract, <https://ssrn.com/abstract=924249> ; vídeo, <https://www.c-span.org/video/?194310-1/infotopia-minds-produce-knowledge>]

'She Said What?' 'He Did That?' Believing False Rumors (November 21, 2008). Harvard Public Law Working Paper No. 08-56. Available at SSRN:
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1304268>

Wenger, E. (2013, October 9). Introducción a las comunidades de práctica: teoría y aplicaciones [Video]. Retrieved from <https://youtu.be/e2mt4CIU1Zw>

Terminología asociada consultada:

- Comunidades de práctica. (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved from, http://es.wikipedia.org/wiki/Comunidades_de_pr%C3%A1ctica
- Collective wisdom. (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved from, https://en.wikipedia.org/wiki/Collective_wisdom
- Crowdsourcing. (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved from, <https://es.wikipedia.org/wiki/Crowdsourcing>
- Grassroots. (n.d.). In *Wikipedia*. Retrieved from, <https://en.wikipedia.org/wiki/Grassroots>