

Cibernàrium

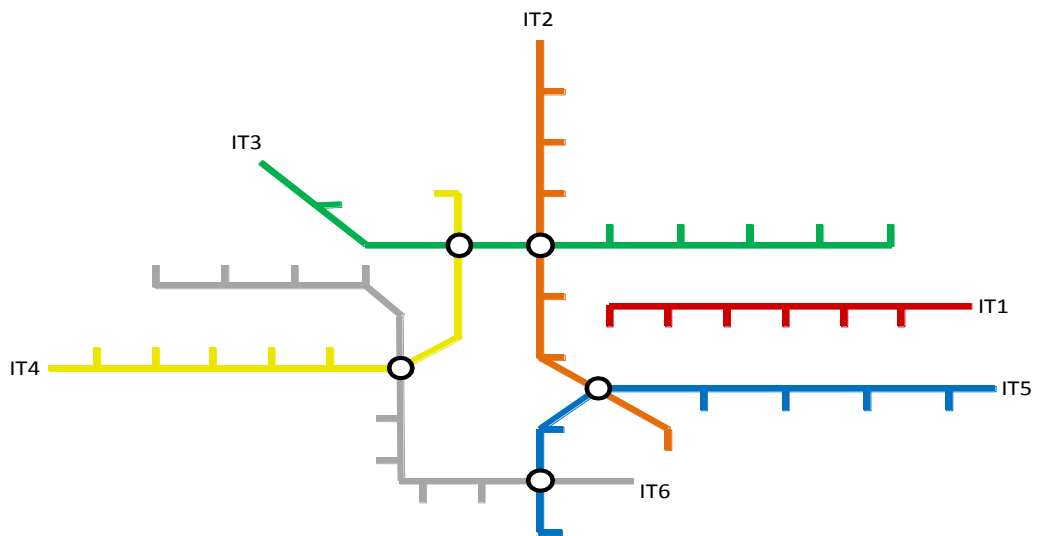
# Itinerari bàsic 4

Participació a la xarxa

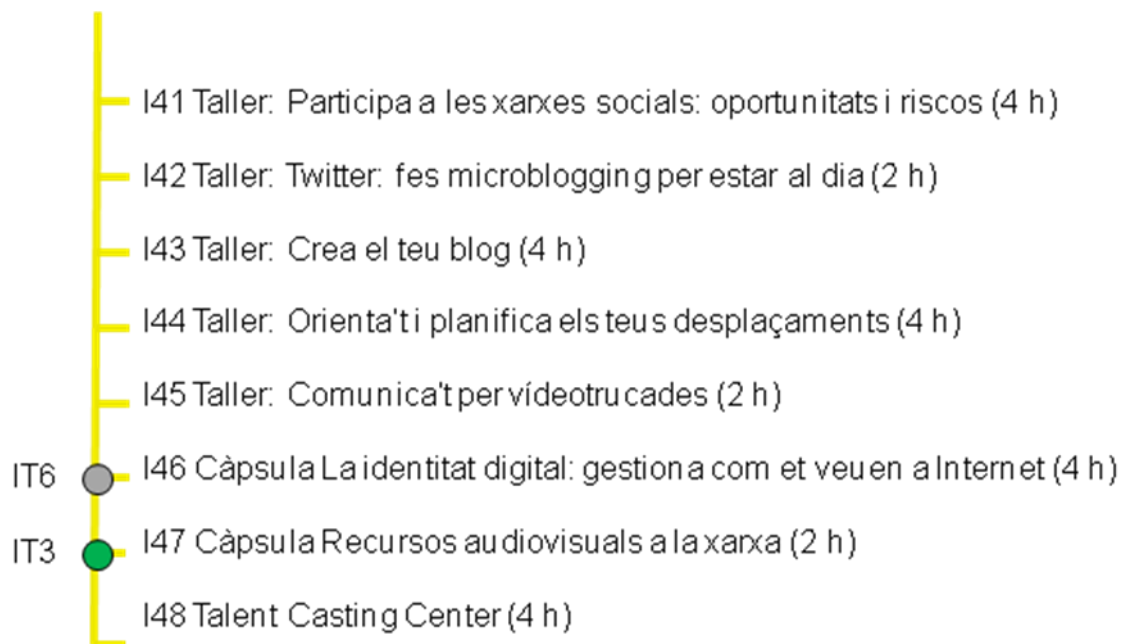
Material de referència

*Document per a l'estudiant*

## Mapa dels itineraris



### Activitats de l'itinerari 4



## Itinerari 4: Participació a la xarxa

### Índex de continguts

Activitats de l'itinerari 4.....	4
Introducció.....	5
Mapa conceptual.....	6
1. Conceptes generals .....	7
2. Blogs .....	11
Característiques .....	11
Vocabulari i elements principals .....	11
Tipologies i principals usos .....	13
Participar en un blog .....	14
Crear un blog .....	14
3. Xarxes socials .....	17
Vocabulari associat a les xarxes socials.....	17
Tipus de xarxes socials.....	17
Procés de registre i accés.....	19
Algunes xarxes socials.....	21
Xarxes socials de continguts .....	31
Xarxes socials de l'àmbit laboral.....	33
Gestió de la privacitat i riscos de les xarxes socials.....	34
Esborrar les dades de les xarxes socials.....	36
4. Gestió de la identitat digital .....	37
Definició i elements principals.....	37
La creació d'una identitat relacionada amb el perfil professional .....	38
5. Videotrucades i missatgeria instantània.....	40
6. Eines de localització geogràfica.....	44
Eines per cercar destinacions o itineraris .....	45
Altres recursos rellevants.....	49
Realitat augmentada .....	53

Altres eines que utilitzen mapes digitals ..... 54

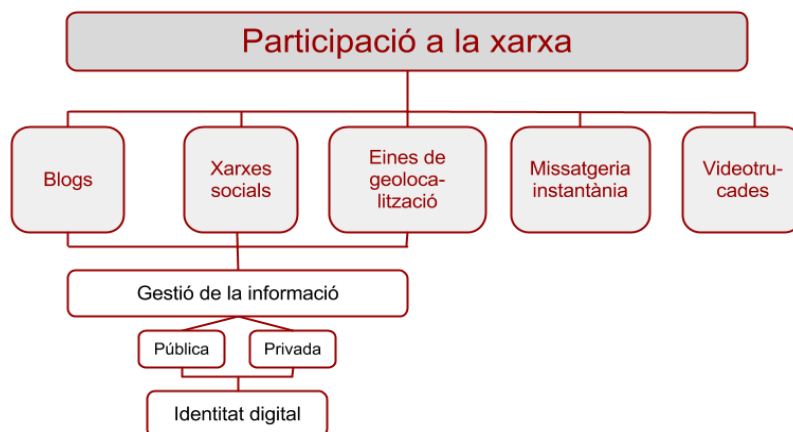
## Introducció

Als darrers anys l'evolució d'Internet ha fet que cada cop més fem servir la xarxa com un espai més de relació personal on podem compartir informació i comunicar-nos. Fer un comentari en un fòrum d'una botiga virtual sobre un producte, actualitzar un blog personal, establir una vídeo trucada per motius laborals, o interactuar amb altres usuaris a Twitter per comentar les notícies d'actualitat, són alguns dels exemples de participació que es poden realitzar en el context de la web 2.0.

No cal oblidar que l'impacte que han tingut les xarxes socials al món d'Internet és significatiu, en aquests moments s'han convertit en els llocs més visitats pels internautes: comprovar l'activitat diària que s'ha produït al seu perfil és el primer que fan molts dels usuaris quan es connecten a la xarxa. A més l'extensió de l'ús dels dispositius mòbils també ha facilitat que puguem intercanviar informació de manera immediata i fer servir eines associades a la geolocalització i ,per tant, que aquest tipus d'informació sigui un element més de la nostra participació a la xarxa.

Per altra banda aquesta activitat genera un rastre o petjada que forma part de la nostra identitat digital: és a dir tot el que fem i compartim a Internet queda registrat, ja siguin comentaris, fotografies, documents... i cal prendre consciència de quina informació volem fer pública i quina privada per tal de poder tenir un major control de la imatge que projectem. En aquest sentit tenir cura de la identitat digital és un element més que hem d'aprendre a gestionar i a la vegada pot ser de gran utilitat si el relacionem amb el perfil professional.

## Mapa conceptual



# 1. Conceptes generals

## Web 2.0

El concepte de web 2.0 fa referència a un canvi de paradigma respecte als inicis d'Internet on la xarxa oferia recursos i informació de manera unidireccional i la interacció amb els usuaris era mínima.

En aquests moments la xarxa ha evolucionat cap a un model més interactiu, de manera que la **participació**, el **diàleg** i la **discussió** passen a ser elements fonamentals i per tant els usuaris poden expressar-se, opinar, compartir i crear coneixement. D'aquesta manera les eines 2.0 faciliten una nova manera de comprendre i fer servir Internet i on les relacions que estableixen les persones passen a ser un element important.



*Il·lustració 1: La web ofereix múltiples possibilitats de participació*

Fer un comentari en un fòrum d'una botiga virtual sobre un producte, actualitzar un blog personal, compartir un vídeo a la xarxa social de Facebook, o participar a Twitter per seguir les notícies d'actualitat, entre d'altres, són alguns dels exemples de participació que es poden realitzar en aquest context.

## Xarxa social

Una xarxa social a Internet és un lloc web on els **usuaris interactuen i comparteixen interessos, relacions o bé activitats**. A més, és habitual que les persones posin de manifest les seves opinions i d'aquesta manera expressin la seva identitat a través de les preferències i tendències personals.

Per altra banda l'impacte que han tingut les xarxes socials al món d'Internet és significativa, en aquests moments s'han convertit en els llocs més visitats pels internautes: comprovar l'activitat diària que s'ha produït al seu perfil és el primer que fan molts dels usuaris quan es connecten a la xarxa.

També cal tenir en compte les conseqüències que han comportat en diferents àmbits de la vida personal i social. L'excessiva exposició de les dades personals i l'ús que se'n fa és un dels elements que ha generat més debat, sobretot en tots aquells aspectes que afecten a menors i adolescents, i a la política de privacitat de les companyies que gestionen les dades.



*Il·lustració 2: Les xarxes socials visibilitzen les relacions entre persones. Autoria aquopshilton. Obra sota llicència CC Reconeixement – No comercial – Compartir Igual 2.0*

A més, a nivell social el seu ús també està modificant les formes de relació tradicionals i permeten l'articulació de moviments socials que han trobat en les xarxes un mitjà de comunicació alternatiu a les vies tradicionals i que per la seva immediatesa faciliten posar de manera eficaç en contacte persones que encara que no es coneixin tenen objectius o interessos comuns. Un exemple serien revolucions del món àrab que es van produir al 2011 i on el paper del xarxes socials va ser determinant.

## Blog

És una mena de diari interactiu personal que està dissenyat per a que cada article tingui una data de publicació. La manera habitual de presentar la informació és de manera cronològica inversa, és a dir, l'article més recent és el que es visualitza primer.

Respecte al contingut i tipus de temàtiques és força variat: educació, gastronomia, política, periodisme, actualitat, interessos personals... i són considerats espais que afavoreixen la comunicació informal.

En quant a l'autoria poden ser individuals o col·laboratius i les persones que gestionen un blog reben el nom de bloguers.



*Il·lustració 3: Hi ha molts blogs de temàtica cultural. Autoria Thomas Hawk. Obra sota llicència CC Reconeixement – No comercial 2.0*

### IDEA CLAU

#### Compartir informació

Els blogs s'han convertit en espais que permeten als internautes compartir informació des d'un punt de vista personal i formen una part important de la identitat digital dels usuaris que el fan servir com a mitjà de comunicació habitual. Per altra banda, també són utilitzats per les empreses i administracions públiques per reforçar la seva imatge corporativa.

La informació es classifica per paraules clau o etiquetes (*tags* en anglès).

### SABER-NE MÉS

#### Blogs i reputació a la xarxa

Alguns *bloggers* han aconseguit posicionar-se com a referents d'opinió en temàtiques especialitzades i el seu blog ha passat a ser una pàgina de referència on les persones interessades poden intercanviar informació o coneixements.

Al repositori digital d'enllaços trobareu informació relativa a alguns blogs que val la pena visitar. Busqueu amb amb l'etiqueta "[Blogs destacats](#)" [<https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/%22blog%20destacat%22>]

Com a *microblogging* es coneix a una derivació del fenomen blog, amb la particularitat que s'hi envien missatges curts (habitualment de menys de 200 caràcters).

## Identitat digital

La identitat digital es construeix a partir de la presència i l'activitat de les persones en diferents espais de la web 2.0. Amb l'extensió de l'ús dels entorns digitals, de les xarxes socials, i dels dispositius mòbils cada cop més aquesta activitat s'ha incrementat. En aquest sentit pot tenir diferents tipus de manifestació; ja siguin idees, opinions, imatges... o qualsevol tipus d'informació que s'hagi publicat a la xarxa.



### La identitat digital

Cal tenir en compte que gairebé **tothom** que fa servir Internet té una identitat digital, encara que la persona no en sigui conscient o que de vegades es pugui construir a partir de l'opinió d'altres persones o bé d'informació incorrecta. En aquest sentit el registre digital sobre la nostra participació existeix, i cal aprendre a gestionar-lo i a sobretot a diferenciar la part de la informació que volem fer pública i la que volem mantenir en privat.

El terme d'identitat digital també es fa servir en els tràmits o gestions que realitzen els ciutadans als serveis de l'administració electrònica, però en aquest context fa referència als sistemes d'identificació que permeten garantir la identitat d'una persona, com la signatura electrònica o els certificats digitals.

## Comunicació en temps real

La participació a la xarxa també es pot realitzar a través d'eines que faciliten la comunicació en temps real com les vídeo trucades i la missatgeria instantània. A més als darrers anys la seva evolució ha fet que s'integrin dintre dels serveis web de correu electrònic i cada cop més s'incorporen a les xarxes socials.

## Geolocalització

La geolocalització o georreferenciació, és el terme que fa referència al posicionament de la informació en una localització geogràfica.

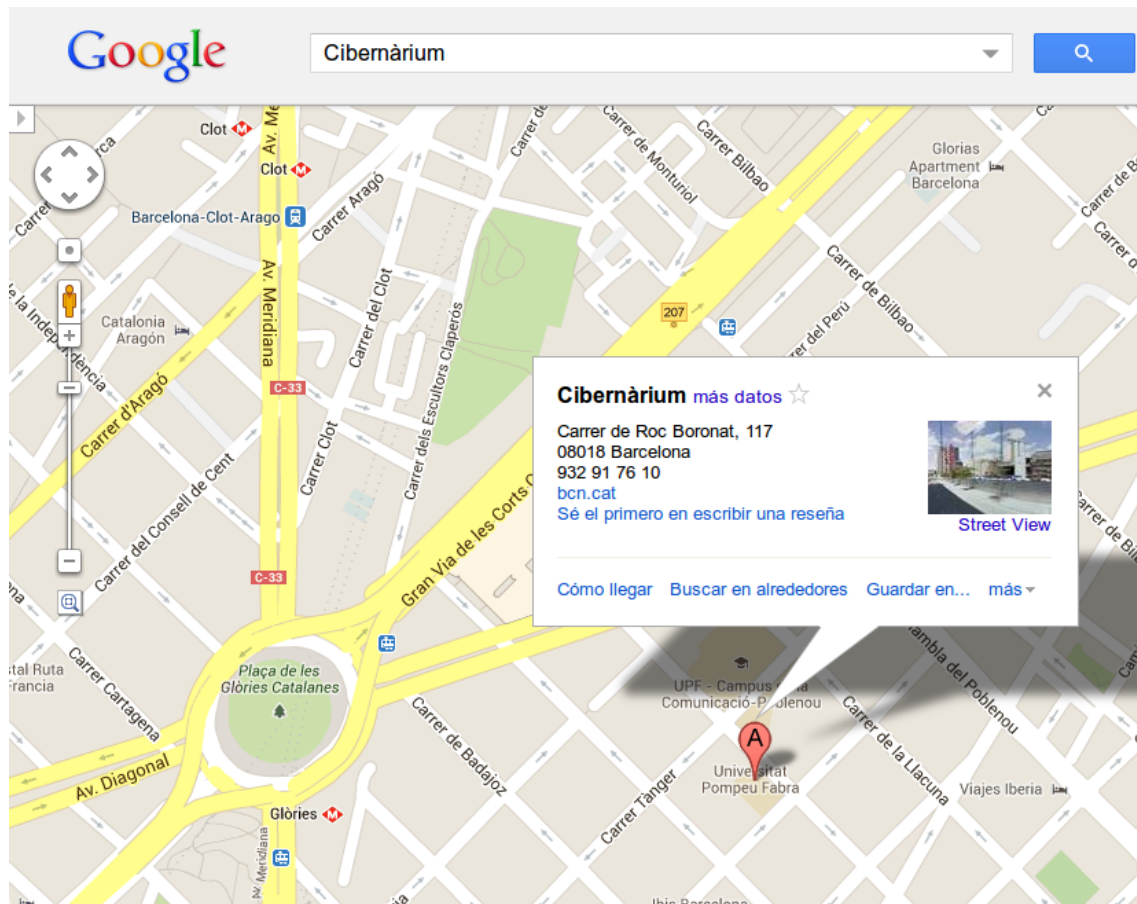
Aquest sistema tradicionalment s'associava al sistema d'informació geogràfica però els darrers anys el seu ús s'ha generalitzat i s'aplica a gran quantitat de continguts.

La participació a la xarxa associada a la geolocalització pot presentar-se de diferents maneres: a través de les xarxes socials que fan servir aquest sistema per complementar la informació sobre el usuari, llocs web o aplicacions que ofereixen serveis associats a aquests elements, eines específiques que ens ajuden a desplaçar-nos o a cercar destinacions, o aplicacions relacionades amb la realitat augmentada.



*Il·lustració 4: Els dispositius mòbils permeten la geolocalització de llocs d'interès. Autoria: William Hook. Obra sota llicència CC Reconeixement – Compartir Igual 2.0*





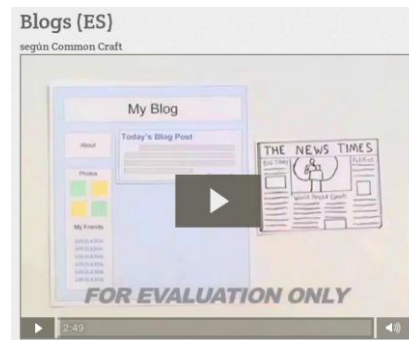
Il·lustració 5: Una de les aplicacions més utilitzades és Google Maps.

## 2. Blogs

### Característiques

El terme blog prové de les paraules *web* i *log* (*log* en anglès vol dir diari). Com ja hem comentat, un blog és un espai de comunicació que té nombrosos avantatges:

1. Es tracta d'una eina de format funcional i fàcil d'administrar
2. Proporciona llibertat d'expressió
3. Possibilita el *feedback* amb els lectors donat que aquests poden fer comentaris de les entrades o articles publicats
4. Facilita el treball col·laboratiu donat que diversos autors poden publicar en un mateix lloc web
5. Possibilita la sindicació de continguts, és a dir que altres persones puguin seguir les actualitzacions que es publiquen
6. Permet integrar diferents formats (contingut en format vídeo, àudio, imatges) i enllaços a d'altres llocs web.



*Il·lustració 6: Per conèixer més informació sobre l'origen i característiques generals dels blogs es pot visualitzar un vídeo explicatiu al següent enllaç:*

<http://www.commoncraft.com/video/bloas-0>

### Vocabulari i elements principals

Els blogs es caracteritzen per fer servir una terminologia específica que ens ajudarà a comprendre millor el seu funcionament:

- **Bloguer:** és l'autor o escriptor d'un blog.
- **Blogosfera:** és la comunitat formada pel conjunt de blogs i bloguers que hi ha a Internet. Aquesta comunitat es caracteritza per les connexions que s'estableixen entre ells ja sigui a través de comentaris, enllaços o referències, entre d'altres.



#### TRUCS

#### Cercadors de blogs

Donada la gran quantitat de blocs que formen part de al blogosfera de vegades és difícil trobar informació específica però existeixen cercadors especialitzats.

Consulta les etiquetes [blog](#) i [cerca](#) al marcadore social.

[\[https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/cerca%20blog\]](https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/cerca%20blog)

- **Apunt o entrada (post):** és cada publicació o article que forma part d'un blog
- **Feed (fil):** arxiu amb el qual es proporciona a altres usuaris el material resumit del nostre blog.
- **Giny (widget):** codi de programació que s'insereix en un blog amb la finalitat d'afegir funcionalitats

- **Connector (plugin):** programa que s'afegeix a una aplicació web amb la finalitat d'ampliar les seves funcionalitats
- **Blogroll:** llistat de blogs recomanats que normalment s'inclouen a les columnes laterals que formen part de la plantilla d'un blog.
- **Menú lateral:** (sidebar): columnes laterals que formen part de la plantilla del blog i on es poden incloure ginyes, enllaços, bàners...
- **Etiquetes (tags):** es fan servir per classificar els continguts. Són paraules clau basades en el llenguatge natural.
- **Comentaris:** són els missatges respecte al contingut que els lectors del blog publiquen.
- **Permalink:** enllaç permanent que és l'adreça URL identificativa de cada apunt o post.

Aquests elements formen part d'una estructura força senzilla i que a grans trets consta de les següents parts:



**Tipologies i principals usos**



Il·lustració 7: Estructura habitual d'un blog.

Font: blog de Territori i sostenibilitat: Generalitat de Catalunya: <http://blocs.gencat.cat/blocs/AppPHP/territori/>

Els tipus de blogs que podem trobar són força variats:

- **Blogs personals:** són els que mostren la visió personal de l'autor respecte a les seves experiències o interessos personals.
- **Blogs corporatius i d'organitzacions:** per exemple de companyies o institucions públiques.



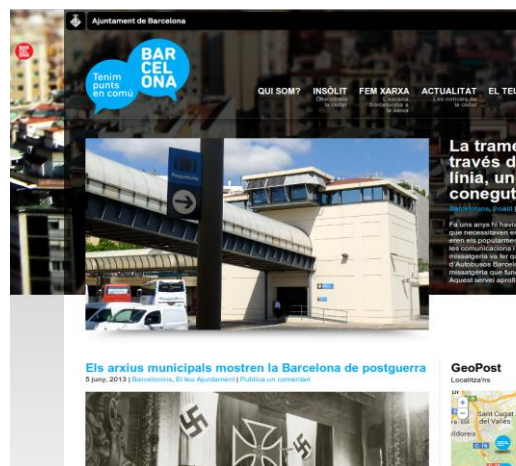
Il·lustració 8: El blog d'humanitats de la UOC.

- **Blogs temàtics:** especialitzats en àrees específiques com poden ser la tecnologia, els viatges, la cuina, la política...

Per altra banda també es poden classificar pel format del contingut, segons continguin imatges, vídeos o àudios podríem parlar de fotoblogs, audioblogs o vídeoblogs.

L'aplicació pràctica dels blogs és molt diversa i tenen una àmplia acceptació en diferents àmbits:

- Dintre de la comunitat educativa, donat que és una eina que permet apropar les tecnologies de la comunicació i de la informació de manera fàcil als estudiants i facilita el treball col·laboratiu.
- En les empreses i organitzacions: els blogs són una eina que facilita la presència de la marca a la xarxa i reforça els elements relacionats amb la imatge corporativa. En aquest sentit és habitual, per exemple, que les institucions públiques com els ajuntaments per exemple, tinguin un blog personal de l'alcalde o bé d'altres relacionats amb l'actualitat del municipi.
- A nivell individual tenir un blog també pot contribuir al que abans hem definit com a identitat digital. Si tenim una estratègia definida i el mantenim actualitzat pot convertir-se en una eina d'utilitat.



Il·lustració 9: Blog de l'Ajuntament de Barcelona: <http://w1.bcn.cat/barcelonablog>



#### **Donar difusió al blog**

Existeixen directoris on podem incloure el nostre blog de manera que augmenti la seva visibilitat a la xarxa.

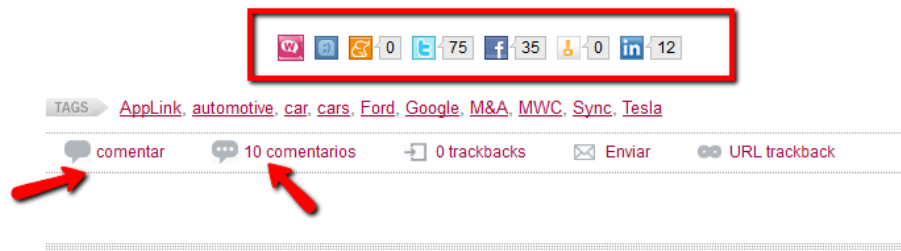
Consulta el marcador [blogs cerca directori](#) per a trobar alguns exemples.

[<https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/%20blogs%20cerca%20directori>]

## **Participar en un blog**

Per participar en un blog i fer un comentari sobre un determinat article simplement cal dirigir-se a l'opció de **Comentar**. De vegades ens haurem de registrar i d'altres podrem enviar el comentari simplement indicant el nostre nom i/o l'adreça de correu electrònic

eléctrico. Atraen un creciente interés en las ferias de automoción, tienen un diseño indudablemente atractivo, y son objeto de deseo de todo aquel *geek* que los conoce. ¿Podemos imaginar a Google adquiriendo una compañía de automóviles?



Il·lustració 10: Eines per a participar a un blog

Per altra banda cada cop més és habitual que puguem compartir el contingut amb altres eines, com marcadors o xarxes socials. Si seleccionem la icona corresponent veurem un quadre amb el contingut que estem a punt de publicar.

## Crear un blog

Per crear un blog podem fer servir qualsevol de les eines que hi ha gratuïtes i que permeten aquesta funcionalitat.



### Sistemes de gestió de continguts

Les eines que es fan servir s'anomenen sistemes de gestió continguts (*Content Management System* en anglès).

Es tracta de plataformes accessibles via web que permeten publicar continguts i faciliten la seva presentació sense necessitat de tenir coneixements de programació.

El seu funcionament és força intuïtiu i senzill: proporcionen plantilles de disseny predeterminades (*templates* en anglès) i mitjançant una estructura de caixes permeten crear i actualitzar el contingut. Aquest sistemes també es fan servir per gestionar llocs web.

Consulta l'etiqueta [CMS](#) al marcadors social i obtindràs més informació.

[\[https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/cms\]](https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/cms)

Alguns de les eines més utilitzades són:

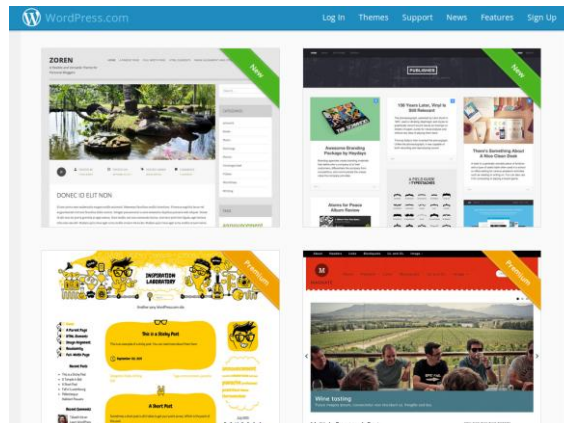


**WordPress:** <http://es.wordpress.com>

- El seu sistema de publicació es basa en apunts o entrades (*posts*) ordenats per data



- L'estructura i el disseny del blog depenen del sistema de plantilles. Actualment es pot escollir entre més de 100 propostes.
- És una eina intuïtiva i de fàcil ús.
- Permet crear pàgines estàtiques
- La classificació del continguts es realitza per categories, subcategories i etiquetes.
- Presenta estadístiques integrades
- Permet crear més d'un blog i treballar de manera col·laborativa
- El contingut es pot exportar per tal de poder fer-lo servir en una altra eina.
- És una eina gratuïta amb versions de pagament.



*Il·lustració 11: Exemples de plantilles de WordPress*



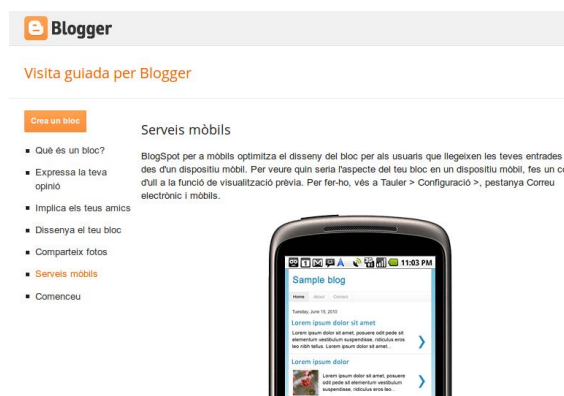
**Com funciona el Wordpress**

Els programes i les aplicacions evolucionen contínuament. Consulta al marcadore social amb les etiquetes [blog CMS tutorial WordPress i](#) i accedeix als alguns tutorials i articles d'interès.

[\[https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/cerca%20director%20blog\]](https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/cerca%20director%20blog)

**Blogger Blogger:** <http://www.blogger.com>

1. És un servei de la companyia Google que s'ofereix de manera gratuïta.
2. Facilita crear múltiples blogs amb un mateix registre
3. Permet crear pàgines estàtiques
4. Presenta un dissenyador de plantilles que facilita la personalització
5. Integra el servei d'estadístiques de Google Analytics
6. Evita la inclusió de publicitat



*Il·lustració 12: Blogger ofereix eines específiques de visualització per a dispositius mòbils*

 SABER-NE  
MÉS

### *Com funciona Blogger?*

Consulta el marcador social amb les etiquetes [blogger blog CMS](#) i accediràs a tutorials, grups d'ajuda i d'altres eines interessants sobre Blogger.

[\[https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/blog%20CMS%20blogger\]](https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/blog%20CMS%20blogger)

### 3. Xarxes socials

#### Vocabulari associat a les xarxes socials

Alguns dels principals termes<sup>1</sup> que s'utilitzen quan es fa referència a les xarxes socials són:

**Usuari:** persona o entitat que fa servir o forma part d'una xarxa social. L'usuari pot accedir amb els seu propi nom i cognoms reals o bé amb noms ficticis.

**Perfil:** són les dades i els trets característics que caracteritzen a un usuari en una xarxa social, com el seu nom, la fotografia, lloc de residència o les preferències.

**Apunt (post):** entrada, missatge o publicació en una xarxa social, pot ser un text, una opinió, comentari, enllaç o arxiu compartit.

**Mur:** espai de l'usuari d'una xarxa social que comparteix amb la resta de contactes, on aquests poden publicar els seus comentaris i opinions.

**Comunitat virtual:** conjunt de persones vinculades per característiques o interessos comuns, i que es relacionen a través a través d'un espai virtual.

**Compte:** conjunt d'informació que facilita l'accés a una xarxa social a través de la identificació de l'usuari.

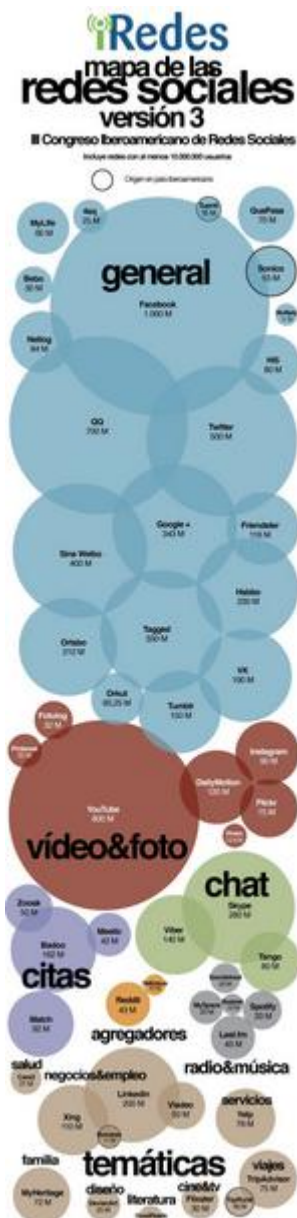
**Sol·licitud d'amistat:** missatge enviat a un altre usuari com a petició per pertànyer a la seva llista de contactes. Un cop rebuda la sol·licitud, l'usuari pot acceptar i afegir un nou contacte amb el qual compartirà el contingut i la informació.

#### Tipus de xarxes socials

Respecte a la tipologia de les xarxes socials es pot dir que hi ha diferents classificacions segons siguin els serveis o necessitats que cobreixen.

Algunes classificacions com la de la Viquipèdia ([http://es.wikipedia.org/wiki/Red\\_social](http://es.wikipedia.org/wiki/Red_social)) distingeixen entre:

- **Xarxes horitzontals:** aquelles que tenen un caràcter general com per exemple Facebook, Tuenti ,Google +.
- **Xarxes verticals per tipus d'usuari:** orientades a un públic específic, com seria el cas de LinkedIn o Xing per professionals.
- **Xarxes verticals per tipus d'activitat:** promouen una activitat particular com pot ser Youtube o Flickr, que faciliten compartir continguts, o Twitter com a eina de *microblogging*.



Il·lustració 13: Mapa de les xarxes socials. Font: <http://iredes.es/grafico/grafico.html>

<sup>1</sup> Ponce, Isabel: MONOGRÁFICO: Redes Sociales - Diccionario básico de las redes sociales. Document electrònic. Accessible a <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/internet/web-20/1043-redes-sociales?start=6> Data de consulta: maig de 2013.





**No totes són iguals**

Per als especialistes, existeixen diferents classificacions i tipologies que responen a criteris molt dispars que estan en funció dels serveis que ofereixen, unes vegades, i de les necessitats que cobreixen, d'altres ocasions.

Entendre quin és l'objectiu i serveis principals de cada xarxa permetrà que l'internauta pugui orientar la seva participació en funció dels interessos i necessitats personals.

Consulta amb l'etiqueta [xarxasocial mapa](https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/xarxasocial%20mapa) al marcador social i podràs obtenir una idea de les diferents xarxes existents. [<https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/xarxasocial%20mapa>]

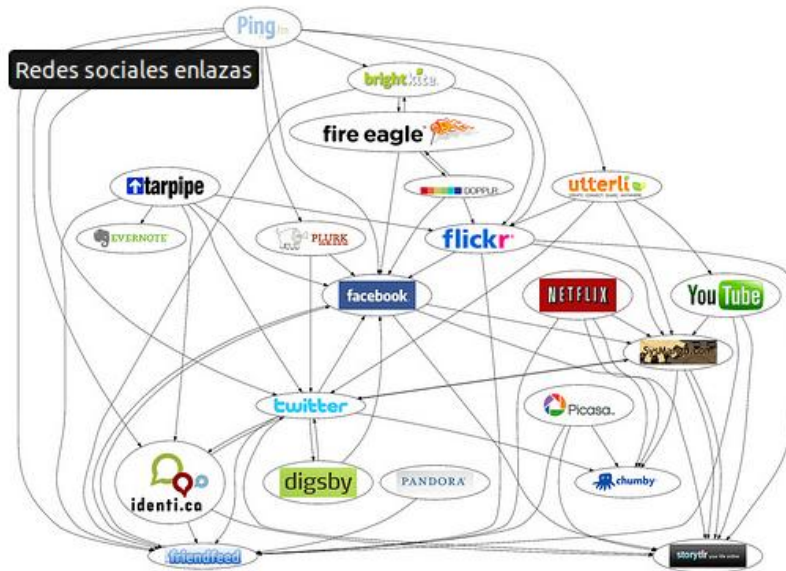


Imagen de ButchLebo :@flickr

Il·lustració 14: Mapa de les xarxes socials, segons la versió de ButchLebo. Font: <http://www.flickr.com/photos/10271567@N05/3363872519/>

## Procés de registre i accés

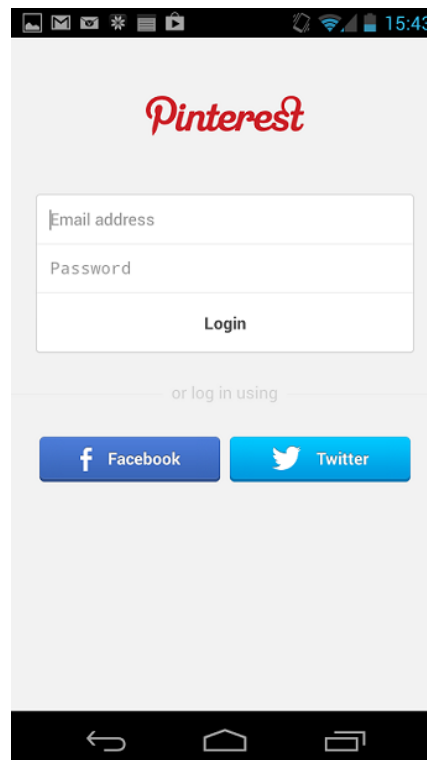
Per accedir-hi per primera vegada a una xarxa social cal que fem un registre previ, de la mateixa manera que el faríem en qualsevol àrea d'usuari d'una pàgina web o bé a través de l'aplicació corresponent al nostre dispositiu mòbil.

SABIES  
QUE...

### Una forma d'accedir-hi unificada

És habitual que puguem fer el registre amb les mateixes dades que hem fet servir per accedir a un altres lloc web o aplicació. Aquest sistema és el que es coneix com a **Single sign on**. Tot i que simplifica l'accés a diferents serveis i xarxes socials per alguns especialistes també comporta vulnerabilitats de seguretat que cal tenir en compte. Llegeix l'etiqueta [single sign on](#) i aprèn més sobre aquest concepte.

[<https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/%22single+sign+on%22>]



*Il·lustració 15: Single Sing On a Pinterest.*

IDEA  
CLAU

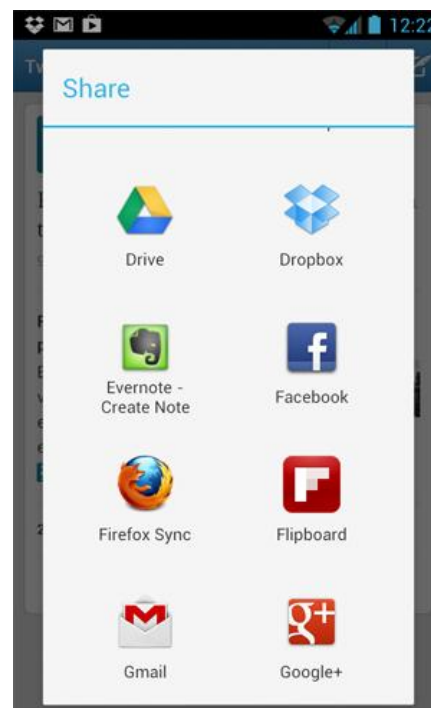
### Tancar la sessió

Cal tenir en compte que en el cas de les aplicacions mòbils la sessió que obrim sempre queda oberta a no ser que escollim l'opció de sortir del nostre compte a la configuració.

És recomanable fer servir sempre un sistema de bloqueig del dispositiu per garantir que una tercera persona no pugui accedir fàcilment al nostre perfil.

Per altra banda cal dir que l'accés a les xarxes socials a través de les aplicacions dels dispositius mòbils facilita un major interacció entre les diferents aplicacions i serveis que tinguem instal·lats:

1. Les mateixes xarxes socials.
2. La càmera fotogràfica.
3. El correu electrònic.
4. Els serveis de localització geogràfica.
5. Altres eines de comunicació.



*Il·lustració 16: La interacció entre xarxes socials és cada dia més senzilla i habitual*

## Algunes xarxes socials

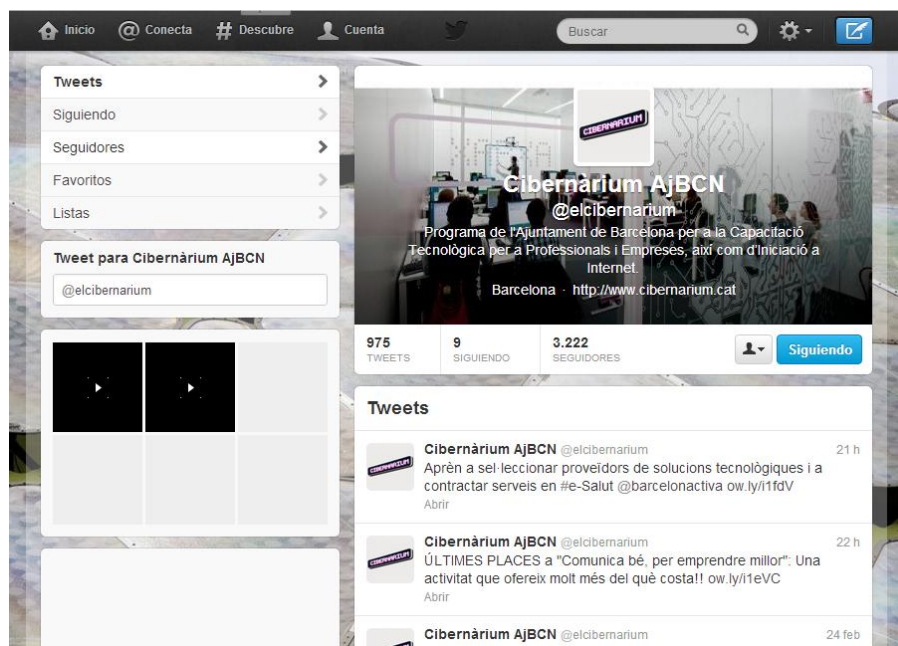
Algunes de les xarxes que faciliten l'accés gratuït i lliure més utilitzades actualment són:



Twitter : <https://twitter.com>

### Característiques generals

Es tracta d'una eina de *microblogging* a través de la qual els usuaris registrats poden enviar missatges de 140 caràcters, com a màxim. Si el perfil és públic la informació serà visible per qualsevol persona (tot i no ser usuari registrat) o bé si és privat, només pels seguidors que formin part de la nostra xarxa.



Il·lustració 17: El compte de Twitter del Cibernàrium

El participant, quan realitza el registre, ha d'escollir un nom d'usuari que serà el nom visible en aquesta xarxa. Aquest nom, si el perfil és públic, formarà part de la marca personal així que és recomanable triar-lo bé. L'usuari es representa amb l'arrova al davant, per exemple @elcibernarium, @el\_pais, @barcelona\_cat.

Cada missatge és una piulada (o *tweet* en anglès) i la nostra xarxa s'incrementa a mesura que ens fem seguidors d'altres usuaris, que també ens poden seguir i per tant llegir les piulades que realitzem. També podem etiquetar les nostres aportacions amb *hashtags* (paraules que van precedides del símbol #).

Gracies a serveis de tercers, a les piulades es poden incorporar d'altres elements, com per exemple, imatges o mini-vídeos (de no més de 6 segons).

Per accedir a la informació que publica un usuari de Twitter sense ser el seu seguidor o està registrat només cal posar disposar del seu nom d'usuari i escriure la següent adreça URL : "https://www.twitter.com/nomusuari". Per exemple si volem accedir a la informació que publica el Cibernàrium, i sabem que el nom d'usuari és "elcibernarium" haurem de fer servir la següent URL: <https://twitter.com/elcibernarium>.

SABER-NE  
MÉS

### Més sobre Twitter

Twitter fa servir un vocabulari específic que cal conèixer per tal d'aprofitar les possibilitats que ofereix. La millor manera de fer-ho és participar-hi i observar les expressions que empren d'altres participants.

Consulta l'etiqueta [Twitter](#) al marcador social i aprèn més sobre aquest tema.

[<https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/Twitter> ]

### Aplicacions pràctiques

Twitter és una xarxa que podem fer servir amb diferents objectius, a més de ser una eina per a la relació personal, cada cop més es fa servir amb objectius professionals:

- **Aprendre i compartir:** a Twitter podem fer-nos seguidors de persones de referència en les àrees temàtiques que siguin del nostre interès i d'aquesta manera podem estar al dia dels continguts que seleccionen o bé de les darreres novetats. De la mateixa manera podem interactuar amb elles i plantejar qüestions que siguin del nostre interès

Una opció que ens pot ser d'ajuda és la creació de

l·listes personalitzades on podem agrupar les persones a les quals seguim.

- **Seguir l'actualitat:** la immediatesa en la comunicació que permet aquesta eina fa que sigui utilitzada per molts usuaris per comentar notícies d'actualitat o fets que es produeixen en temps real.



*Il·lustració 18: Dispositius mòbil amb diferents aplicacions de xarxes socials, entre altres.*

*Autoria: Brian Wilkins. Obra sota llicència CC Reconeixement – No comercial 2.0.*

SABIES  
QUE...

### Esdeveniments en temps real

Per exemple, un dels usos habituals de Twitter és el seguiment de congressos i conferències en temps real: cada cop és més habitual fer servir *hashtags* específics relacionats amb esdeveniments de manera que els participants poden compartir amb els seus seguidors el contingut i coneixement que s'estan tractant i dialogar amb els altres assistents, a mode de "taula rodona", al voltant dels continguts que s'estan tractant.

També a la televisió és cada cop més habitual que es proposin *hashtags* específics relacionats amb temes o programes, de manera que es produeix una interacció directa amb l'audiència.

- **Fer màrqueting i difusió:** moltes companyies fan servir Twitter com a eina de difusió de la seva activitat: poden publicar notícies relacionades amb la seva activitat o bé fer difusió de promocions específiques per captar més clients.



*Il·lustració 19: Captura de pantalla de Twibbon: per a moltes campanyes a Twitter s'afegeix una icona a la imatge de perfil, es llancen hashtags específics i es programen accions puntuals, entre altres.*

Per altra banda a nivell professional també es pot fer servir per reforçar la nostra identitat digital i posicionar-nos dintre del nostre sector professional.

IDEA  
CLAU

#### Important tenir en compte que...

No tota la informació que es publica a Twitter és fidedigna, i, per tant, haurem de seguir els mateixos criteris que amb la resta d'informació que es publica a Internet i aplicar el sentit comú alhora de valorar la seva fiabilitat.

- **Cercar continguts:** els *hashtags* també permeten seleccionar informació que prèviament ha sigut classificada pels usuaris. Conèixer la forma en què la informació es etiquetada, permet accedir de manera ràpida a la informació publicada per persones o usuaris de twitter de la nostra confiança.

SABIES  
QUE...

#### Buscar feina a través de Twitter?

Twitter es pot fer servir per cercar feina: actualment moltes ofertes es publiquen en aquesta xarxa, de vegades les mateixes empreses les fan públiques o bé també poden trobar *hashtags* específics, com per exemple “#empleo”, “#treball”.

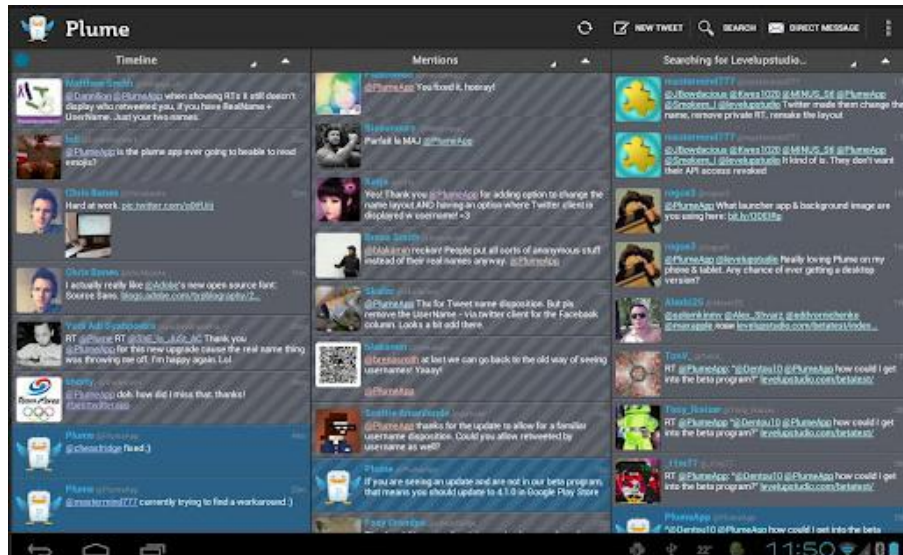
També existeixen comptes de Twitter que s'han especialitzat en recollir i donar difusió a les ofertes en l'àmbit laboral.

#### **Altres aplicacions i eines relacionades amb Twitter**

Per gestionar la gran quantitat d'informació que genera Twitter existeixen eines que ens poden ajudar a fer una millor seguiment de l'activitat dels usuaris i continguts que ens interessin:

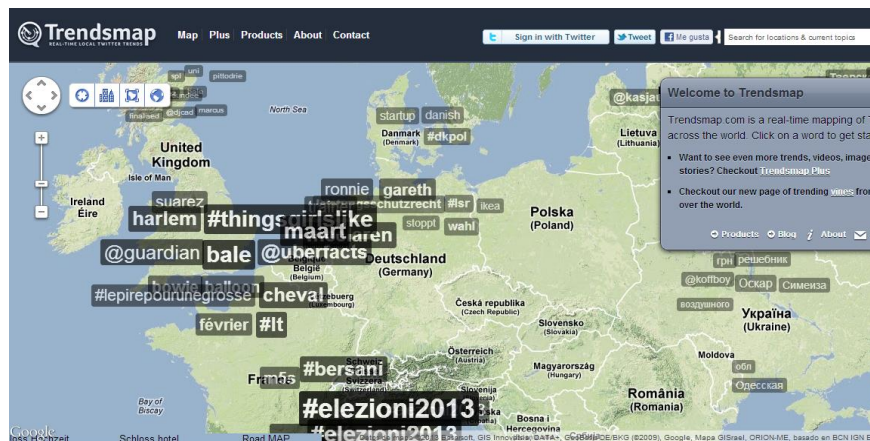


- **Cercadors:** permeten analitzar les mencions d'un usuari o d'una marca o fer el seguiment d'un tema específic.
- **Eines client:** permeten, entre d'altres, fer agrupacions per columnes de *hashtags* o d'usuaris. La major part d'elles estan disponibles per a dispositius mòbils.



*Il·lustració 20: Captura de pantalla d'una eina client que permet gestionar Twitter.*

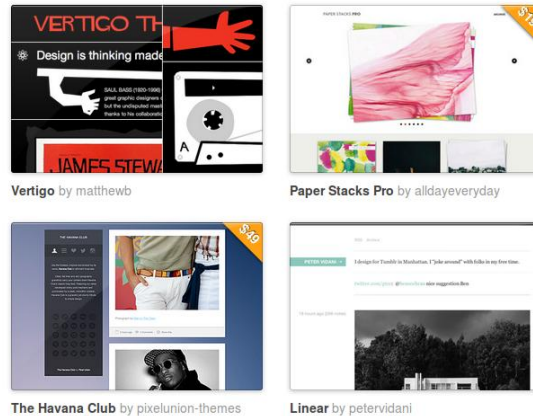
- **Eines de representació visual:** també hi ha altres eines que permeten tenir una visió en temps real de les piulades més publicades arreu del món.



*Il·lustració 21: Visualització sobre un mapa de les tendències o conceptes més emprats al llarg del món.*

## tumblr. Tumblr: <https://www.tumblr.com>

- És una plataforma que facilita crear microblogs socials amb continguts de diferents formats: imatges, vídeos, enllaços, arxius d'àudio i fragments de conversa.
- La seva presentació és molt visual i permet escollir entre diferents temes o plantilles
- Facilita realitzar publicacions des de Facebook o Twitter
- Les actualitzacions es realitzen de manera ràpida
- Accepta la publicació d'imatges animades en format GIF



*Il·lustració 22: Alguns exemples de plantilles de Tumblr.*



Facebook: <http://www.facebook.com>

### Característiques generals:

1. Xarxa social que compta amb més de 1.000 milions d'usuaris al món. Cada usuari registrat té un pàgina personal on pot escriure notificacions, publicar fotografies, o informació sobre els seus interessos i activitats. Encara que aquesta informació es pot fer pública a la xarxa, el més habitual es restringir l'accés a les persones que nosaltres escollim.



*Il·lustració 23: La pàgina Facebook del Cibernàrium.*

En aquest sentit permet integrar com a amic a qualsevol persona que estigui registrada, sempre que aquesta accepti la invitació.

2. Moltes empreses també disposen d'una pàgina a Facebook com una eina més de màrqueting que permet fidelitzar i interactuar amb els seus clients.
3. La seva utilització a través dels dispositius mòbils facilita compartir informació o fotografies de manera immediata.



**Algunes funcionalitats bàsiques:**

- **Perfil personal:** tal i com hem comentat és l'espai en el qual es basa aquesta xarxa social. En aquest espai es fa referència a amics i existeix una relació de reciprocitat, és a dir, si una persona accepta una invitació automàticament passa a ser amiga de l'usuari que l'ha enviat.



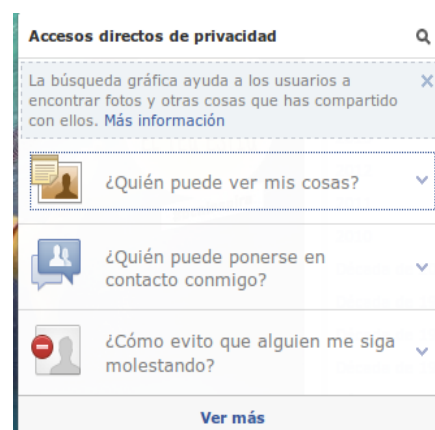
*Il·lustració 24: Pàgina de Facebook de l'Ajuntament de Barcelona.*

- **Pàgines o perfils públics:** a més dels perfil personals també es poden crear pàgines per promocionar, marques, empreses, productes, institucions o personatges públics. En aquestes pàgines es parla de seguidors o fans. En aquest sentit qualsevol persona pot fer-se seguidor d'una pàgina, no requereix de cap permís. Les pàgines disposen d'una adreça URL única a la qual es pot accedir sense necessitat d'estar registrat a Facebook.
- **Grups:** poden ser públics, privats o secrets. Als grups públics qualsevol persona pot fer-se membre i convidar a altres persones i veure la informació. Als grups privats només els administradors del grup poden acceptar a un nou membre. Els grups secrets no apareixen en els resultats de les cerques ni als perfils dels seus membres i només poden afegir-s'hi les persones que són convidades.
- **Jocs i aplicacions:** es tracta d'aplicacions que donen funcionalitat extres als perfils o a les pàgines. Existeixen algunes aplicacions que venen per defecte configurades als perfils i d'altres que podem afegir.
- **Fotografies i vídeos:** espai destinat a que els usuaris puguin emmagatzemar imatges i vídeos, és una de les opcions que més en fan servir.
- **Sistema de missatgeria i xat:** facilita la comunicació entre usuaris.

**Privacitat i intimitat**

Donada la quantitat d'informació personal que els usuaris acostumen a compartir amb la xarxa d'amics és recomanable revisar la configuració de privacitat: si no qualsevol persona podria accedir a aquesta informació o fins i tot les dades poden aparèixer als resultats que ofereixen els cercadors d'Internet. I, per altra banda, cal aplicar el sentit comú alhora de fer públics determinats continguts relacionats amb l'àmbit més personal tenint en compte les persones que tenen accés al nostre perfil.

Algunes recomanacions generals són:



*Il·lustració 25: Opcions de privacitat a Facebook.*

- Reflexioneu sobre el continguts dels comentaris, fotografies i vídeos abans de publicar-los.
- Eviteu posar massa informació personal al perfil (adreça, telèfon...)
- No accepteu sol·licituds de persones que no coneixeu
- Es recomanable registrar-se amb una adreça de correu electrònic personal , diferent de l'adreça que es fa servir a nivell professional.

SABER-NE  
MÉS

### **Conèixer el funcionament del Facebook i de la privacitat a aquesta xarxa**

En tant en quant aquestes plataformes s'actualitzen amb una freqüència molt alta, us recomanem fer el seguiment de l'etiqueta "[Facebook](#)" al marcador social.

[<https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/facebook>]

SABIES  
QUE...

### **Un Cash Mob és...**

Lligat al fenomen de les xarxes socials darrerament han sorgit el que s'anomenen *Cash Mob*: són iniciatives que fan servir xarxes com Facebook o Twitter per organitzar trobades presencials amb l'objectiu de donar suport a petits comerços locals.



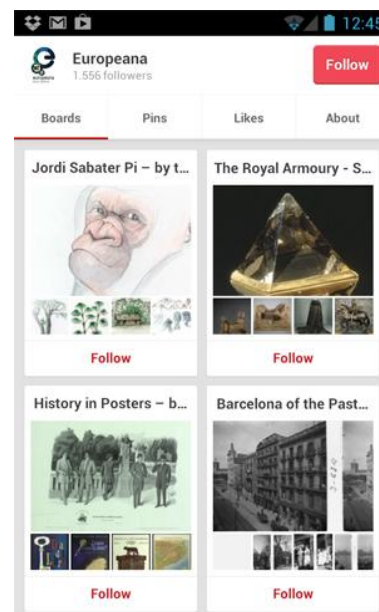
Pinterest : <http://pinterest.com>

### **Característiques generals**

Es tracta d'un xarxa social que permet penjar i col·leccionar totes aquelles fotografies, imatges i vídeos que es troben navegant per Internet i organitzar-los en taulers virtuals. Les fotografies i vídeos enllacen amb la pàgina web on es troben i també es poden pujar vídeos i imatges pròpies.

Cada imatge o vídeo rep el nom de *Pin* i els taulers fan servir el nom anglès *Board*. En aquesta xarxa no és necessari seguir als usuaris per conèixer les novetats. Podem subscriure'ns a les categories que es creen de manera independent. Hi ha un cercador que facilita localitzar les àrees temàtiques del nostre interès.

Per defecte tota la informació és pública i el usuaris registrats poden interactuar deixant comentaris o bé poden reutilitzar la informació pels seus propis taulers.

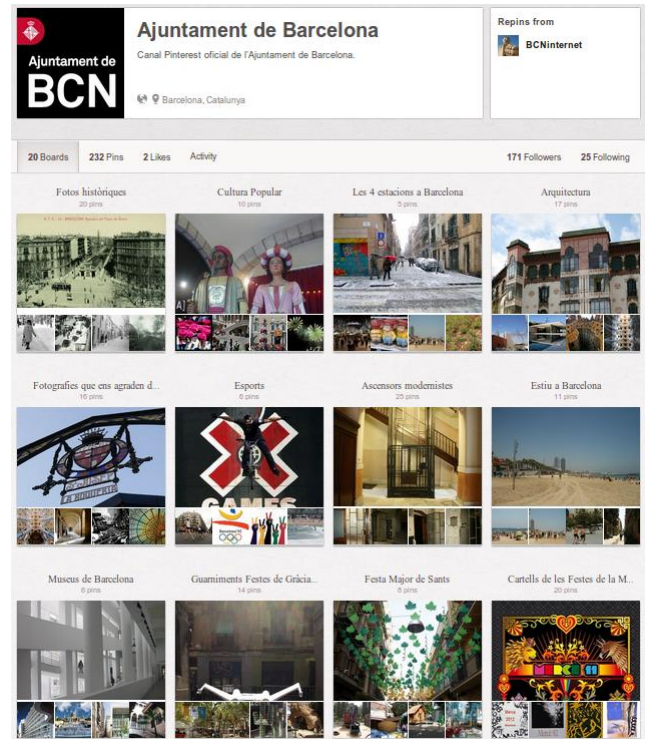


*Il·lustració 26: Pinterest és una eina molt visual*

**Algunes funcionalitats:**

A més de l'ús personal que en podem fer, per organitzar la informació que ens agrada i compartir-la amb altres persones, té moltes altres possibilitats:

- És una manera molt visual de representar feines que hem realitzat o bé la pròpia trajectòria professional. En aquest sentit es pot utilitzar a nivell individual per reforçar la identitat digital o bé a nivell d'empresa per promoure productes i serveis, entre d'altres.
- També facilita la cerca d'imatges de qualitat i que puguem conèixer els seus autors i sol·licitar els permisos corresponents en el cas de que vulguem reutilitzar-les.
- Permet descobrir novetats: tant si seguim a usuaris que siguin actius o bé a través del cercador podem accedir a gran quantitat d'informació de manera fàcil i intuïtiva.



*Il·lustració 27: El compte de Pinterest de l'Ajuntament de Barcelona*



**Conèixer el funcionament del Pinterest**

Fes el seguiment de l'etiqueta "[Pinterest](#)" al marcador social i tindràs accés a les darreres novetats al voltant d'aquesta eina tant popular. [\[https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/pinterest\]](https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/pinterest)



**Instagram :** <http://www.instagram.com>  
És una xarxa social que permet compartir fotografies, escollir filtres creatius per modificar-les, i publicar-les a altres xarxes socials. També permet seguir a altres usuaris, fer comentaris sobre les fotografies i etiquetar-les amb *hashtags*. Presenta un mapa per localitzar les imatges segons sigui la seva ubicació.

Tot i que va sorgir com aplicació associada als dispositius mòbils, a través de la pàgina web també es poden realitzar gran part de les funcionalitats que ofereix.



*Il·lustració 28: Pàgina d'inici del web d'Instagram*



**Foursquare:** <http://www.foursquare.com>

És un servei basat en la localització geogràfica aplicat a les xarxes socials. Permet compartir la ubicació dels usuaris així com les recomanacions que realitzen sobre tot tipus d'establiments (comerços, restaurants ...)

Les recomanacions estan organitzades en categories i la mateixa aplicació realitza suggeriments segons els interessos de la nostra xarxa d'amics i coneguts.

Els usuaris poden guanyar punts i accedir a ofertes publicades per anunciants. En aquest sentit molts establiments utilitzen aquesta xarxa com una eina de màrqueting.



*Il·lustració 29: Imatge de Foursquare. des d'un dispositiu*

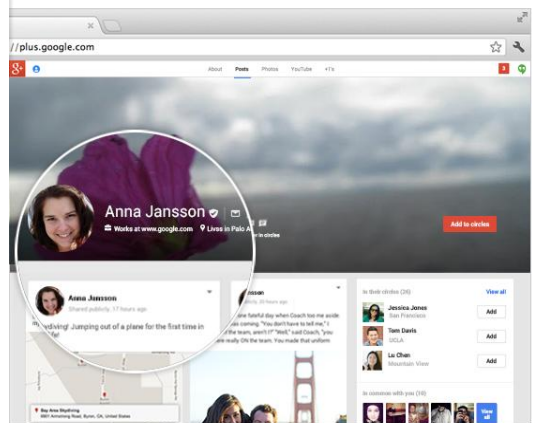


**Google + :** <https://plus.google.com/>

És una xarxa social en la qual convergeixen diversos serveis de la companyia Google com ara Google Talk i Picasa.

La informació que es pot incloure al perfil és força extensa i pot ser una mena de carta de presentació: formació, experiència professional, interessos, llocs on s'ha viscut, altres perfils en xarxes socials i blogs.

Ofereix la possibilitat de classificar a les persones a les quals es vol tenir en compte i organitzar els contactes en el que s'anomenen "cercles". En aquest sentit no és bidireccional, es pot seguir a persones però aquestes poden o no fer el mateix. Les configuracions de privacitat permeten als usuaris ocultar informació sobre els usuaris que formen part dels cercles.



*Il·lustració 30: Imatge de un perfil a Google +*

Aquesta xarxa facilita la possibilitat de realitzar *Hangouts* o vídeoconferències amb els contactes. L'impacte dels continguts que es comparteixen en aquesta xarxa també són indexats pel cercador de Google.



SABER-NE  
MÉS

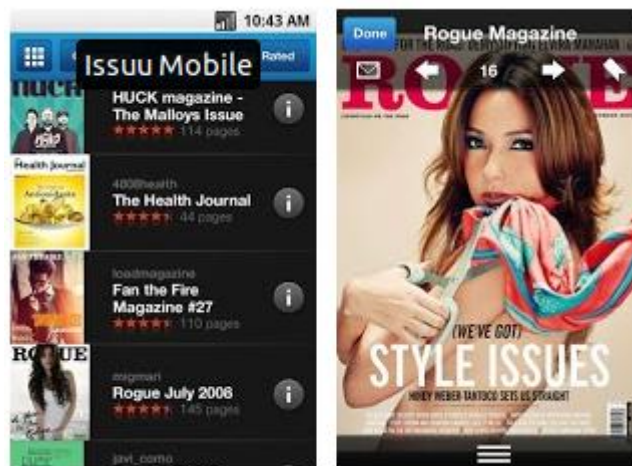
### ***Ampliar informació sobre Google +***

Es pot consultar més informació al repositori digital d'enllaços amb l'etiqueta [Google+](#).

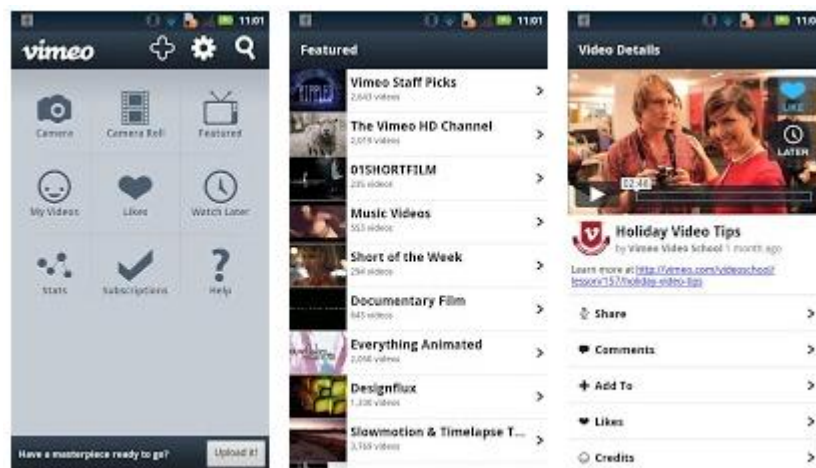
[\[https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/google%2B\]](https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/google%2B)

### **Xarxes socials de continguts**

Es tracta de xarxes socials especialitzades en continguts de diferents formats, que per a cada una d'ells són molt concret: documents de text, presentacions, vídeos, fotografies, etc. En general, ofereixen compartir informació, intercanviar opinions i funcionen també com a repositoris.



*Il·lustració 31: Issuu permet utilitzar l'app per a pujar i*



*Il·lustració 32: Vimeo es presenta com una bona alternativa a YouTube.*

SABER-NE  
MÉS

### Més informació sobre les xarxes socials de continguts

Es pot consultar més informació al repositori digital d'enllaços amb diferents etiquetes per a obtenir més informació:

Repositori de [presentacions](#)

[<https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/presentacions>]

Repositori de [vídeos](#)

[<https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/Video%20xarxes%20socials>]

Repositori de [fotografies](#)

[<https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/fotografies>]

Repositori de [documents](#)

[<https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/documents>]

### Xarxes socials de l'àmbit laboral

Aquestes xarxes es caracteritzen per l'establiment de contactes entre professionals i a la vegada serveixen per contribuir a crear la nostra identitat digital professional. Actualment són una de les eines més utilitzades per la cerca de treball i la selecció de personal. Les xarxes més conegudes es caracteritzen per oferir serveis bàsics gratuïts que es poden complementar amb serveis de pagament.



LinkedIn: <http://www.linkedin.com/>

### Característiques generals:

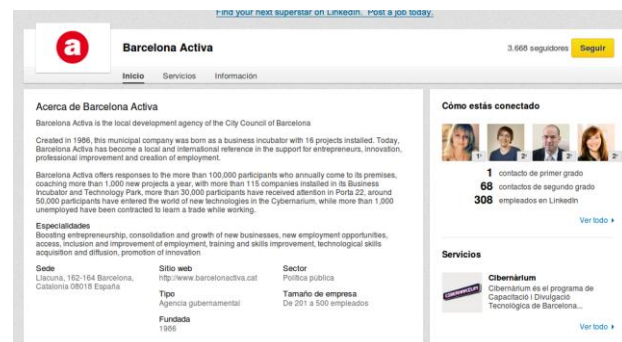
El principal objectiu d'aquesta xarxa és posar en contacte i establir col·laboracions entre professionals qualificats. Actualment és la xarxa més internacional, amb una àmplia presència a més de 200 països i amb més de 200 milions d'usuaris.

A aquesta xarxa, els contactes s'organitzen en graus o nivells segons tinguin una relació directa o bé a través d'un contacte nostre. Els usuaris poden incloure el seu currículum vitae així com especificar les seves competències i coneixements professionals.

Es facilita la creació de grups d'interès al voltant d'iniciatives o projectes concrets on els usuaris poden plantejar preguntes o bé participar en debats. També es possibilita la publicació i la cerca de llocs de treball.

Algunes recomanacions per participar en aquesta xarxa són:

- Tenir una llista de contactes relacionats amb la professió que realitzem i el seu sector.
- Seguir i participar de manera activa als debats creats.
- Cercar recomanacions d'antics caps o companys de treball.



Il·lustració 33: Empreses i professionals es poden posar en contacte a través de LinkedIn

- Presentar la informació d'altres llocs web o xarxes en els quals participem si estan relacionades amb la nostra professió (per exemple, Twitter, o bé un blog).



**Xing:** <http://www.xing.com/es>

Aquesta xarxa es d'origen alemany i té com a objectiu facilitar els processos de *networking*. Es caracteritza per la seva política de privacitat de dades, més estricta respecte a altres plataformes americanes, com LinkedIn.

Reforça el *networking* virtual amb la realització d'esdeveniments (conferències, tallers de treball) presencials.

Facilita crear grups i fòrums de debat per intercanviar coneixements i experiències professionals.



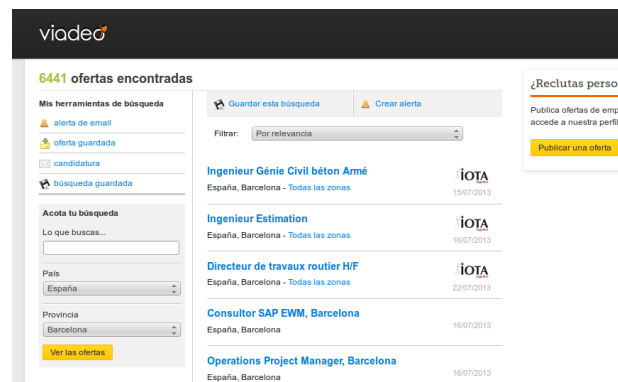
*Il·lustració 34: Grup de professionals de Barcelona a Xing.*



**Viadeo:** <http://www.viadeo.com/es>

Es tracta d'una xarxa social dissenyada per a professionals que volen incrementar les seves oportunitats de negoci (recerca de nous clients, socis o proveïdors ...), gestionar i desenvolupar la seva xarxa de contactes professionals i augmentar les oportunitats d'ocupació a partir d'augmentar la seva visibilitat

Facilita la possibilitat de tenir el perfil en diferents idiomes i incorpora informació sobre formació continuada per a professionals. També inclou una secció d'experts on es poder crear preguntes i donar resposta.



*Il·lustració 35: Ofertes de feina a Barcelona publicades a Viadeo.*

### Gestió de la privacitat i riscos de les xarxes socials

Tot i els avantatges i oportunitats que comporta l'ús de les xarxes socials també hem de tenir presents les precaucions per mantenir el nostre dret a la intimitat i la protecció de les nostres dades personals. L'aplicació de criteris fonamentats en la responsabilitat, el sentit comú i el bon ús ens permetrà garantir la nostra privacitat. En aquest sentit cal dir que un excessiu exhibicionisme pot tenir les mateixes conseqüències que en la resta d'espais de relació amb la diferència que a Internet el seu efecte és exponencial, donat que tothom hi

pot tenir accés. A més cal afegir que l'ús dels dispositius mòbils ha multiplicat el tipus d'informació que podem compartir (fotografies , dades de geolocalització... ) i ha diluït la divisió entre contextos privats i públics.



### La xarxa és un espai de relació

Tal i com afirma Jordi Bernabeu2, cal tenir present que la xarxa esdevé un espai de relació de la mateixa manera que ho poden ser els contextos presencials i per tant cal ser transparents i tenir un comportament similar al que tenim en qualsevol altre àmbit social.

A més a més, tot i que l'accés a la majoria de xarxes socials així com a molts dels serveis que s'ofereixen al núvol són gratuïts no cal oblidar que es tracta d'empreses privades que en moltes ocasions poden obtenir beneficis a partir de la gestió de les dades dels usuaris amb finalitats comercials.

Per altra banda també cal tenir en compte que també podem patir les conseqüències de l'ús indegut que en puguin fer terceres persones i que poden afectar a l'àmbit de la suplantació de la identitat (si alguna persona obté la manera d'accedir al nostre compte sense el nostre consentiment) o la difamació.

Algunes recomanacions generals que podem seguir són;

- Configurar el nostre perfil personal i les opcions de privacitat de les xarxes que fem servir: revisar si el nostre perfil és públic o privat, qui té accés a la informació que publiquem (per exemple, a Facebook tenim diferents nivells de privacitat segons siguin contactes directes o no, o bé grups que podem crear) o bé revisar les fotografies i vídeos publicats per tercers sobre nosaltres i el seu sistema d'etiquetatge.
- Evitar la publicació de dades que facin referència al nostre àmbit més privat (telèfon, estat civil, adreça..) i fer servir el sentit comú a l'hora de publicar informació ja siguin comentaris o fotografies.
- Controlar els paràmetres de geolocalització que fan servir determinades aplicacions als dispositius mòbils.
- Evitar acceptar les sol·licituds per formar part de la nostra xarxa de persones que desconeixem o en el cas de que sospitem d'algun perfil que no podem identificar el podem bloquejar o bé eliminar directament de la nostra xarxa. En el cas de que tinguem la certesa de que es tracta d'un perfil fals ho podem denunciar als administradors de la pàgina.
- Revisar els permisos de les aplicacions que de vegades complementen els serveis que ofereixen les xarxes socials o bé que instal·lem als dispositius mòbils.




*Il·lustració 36: Opcions de privacitat de Foursquare.*



- Llegir atentament les condicions de privacitat de les xarxes socials a les quals pertanyem per conèixer quin ús podem fer de les nostres dades i informació personal.

Un col·lectiu especialment vulnerable són els nens i adolescents donat que no són conscients del riscs en relació a la seva intimitat que pot comportar publicar determinada informació i poden ser assetjats per terceres persones que vulguin fer un mal ús d'aquesta.

### Alertes a les xarxes socials



SABIES  
QUE...

Darrerament han sorgit dos fenòmens que han posat de manifest el perill de determinats usos de les xarxes socials: són els casos de *Gossip* (una aplicació per a dispositius mòbils) i les pàgines *Informer* de Facebook, associades a centres educatius.

En tots dos casos es basen en l'anonimat dels usuaris que publiquen informació i que en moltes ocasions ha derivat en un ús indegut donat que s'ha fet servir per publicar rumors, calúmnies o difamacions.

### **Esborrar les dades de les xarxes socials**

Si volem esborrar les nostres dades de les xarxes socials també tenim aquesta possibilitat encara que de vegades el procés no és tan senzill com donar-se d'alta. En el cas de defunció d'un familiar es poden realitzar una sèrie de tràmits per tal de poder esborrar la seva presència a la xarxa.



**Eliminar mi cuenta**

Si crees que no volverás a usar Facebook y quieres eliminar tu cuenta, podemos hacerlo por ti. Ten en cuenta que no podrás volver a activarla ni recuperar ningún dato o contenido que hayas subido a tu cuenta. Si aún deseas eliminar tu cuenta, haz clic en "Eliminar mi cuenta".

*Il·lustració 37: Per donar-se de baixa definitivament de Facebook cal anar a l'enllaç: [https://www.facebook.com/help/delete\\_account](https://www.facebook.com/help/delete_account)*



SABER-NE  
MÉS

### Consulta més informació sobre aquest tema

Consulta més informació sobre aquest tema, cercant amb l'etiqueta [seguretat](#) al nostre marcadors social.

[[https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/seguretat%20seguretat%20xarxes\\_socials](https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/seguretat%20seguretat%20xarxes_socials)]

## 4. Gestió de la identitat digital

### Definició i elements principals

La participació a la xarxa a través de les múltiples eines que proporciona la web 2.0 fa que cada vegada més compartim informació de tipus personal així com detalls de les activitats que realitzem.

Determinat tipus d'informació, com el lloc on ens trobem, l'estat civil, fotografies personals o les nostres aficions, pertanyen a l'àmbit privat i sovint proporcionem aquestes dades sense tenir en compte que passen a formar part del que s'anomena la nostra petjada digital, i per tant, poden ser consultades per qualsevol persona que cerqui informació sobre nosaltres.



*Il·lustració 38: Dispositiu mòbil amb aplicació de xat. Autoria: William Hook. Obra sota llicència CC Reconeixement – Compartir igual 2.0.*

IDEA  
CLAU

#### La petjada digital

Actualment vivim i estem permanentment connectats en un entorn digital, ja sigui per treballar, gaudir del temps d'oci, comprar o bé aprendre. La interacció amb aquest entorn genera un rastre o empremta que és el que es coneix com a petjada digital. Les repercussions que pot tenir en l'àmbit personal i professional són importants. Tot el que queda publicat esdevé una mena de carta de presentació al món i de la mateixa manera que tenim cura de la nostra imatge personal també ho hem de fer de la nostra identitat digital.

Hem de tenir en compte, per exemple, que els bancs poden buscar informació sobre nosaltres a la xarxa abans de concedir-nos un crèdit, o bé que les empreses i el departaments de recursos humans cada cop més revisen la identitat digital dels candidats que opten a un determinat lloc de treball. En aquest sentit qualsevol persona que vulgui obtenir més informació sobre nosaltres farà servir la xarxa.

TRUCS

#### Googlear

Una pràctica habitual per buscar la informació sobre qualsevol persona a la xarxa és el que es coneix com a "Googlear" el nom i cognoms de la persona, això vol di fer servir el cercador Google per tal d'obtenir tota la informació relacionada amb aquell nom que apareix a la xarxa.

Cal dir que la identitat no és només la informació que es troba sinó el que transmetem, és a dir, com escrivim, quin tipus de comentaris fem, que mostren les nostres fotografies a la xarxa o amb qui ens relacionem. A més no cal oblidar tampoc la nostra reputació virtual, formada a partir de les opinions que terceres persones publiquen sobre nosaltres.

Aquesta identitat moltes vegades fragmentada i esbiaixada es pot gestionar si tenim en compte:

- Les opcions de privacitat que ofereixen les xarxes socials: hi ha moltes opcions que permeten restringir l'accés a les dades que no volem fer públiques.
- L'orientació de la nostra participació a la xarxa d'acord amb la imatge que volem projectar: és a dir, és preferible ser actius i seleccionar la informació que volem fer pública.



*Il·lustració 39: Imatges de perfil d'usuaris de xarxes socials. Autoria: Luc Legay. Obra sota llicència CC Reconeixement – Compartir igual*

SABER-NE  
MÉS

### ***Més sobre identitat digital***

Consulta més informació sobre aquest tema, cercant amb l'etiqueta "[Identitat digital](#)" al nostre marcador social.

[\[https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/%22identitat+digital%22\]](https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/%22identitat+digital%22)

## **La creació d'una identitat relacionada amb el perfil professional**

Una de les aplicacions pràctiques de la gestió de la nostra imatge a la xarxa és la creació d'una identitat que s'adeqüi al nostre perfil professional.

L'actual situació del mercat laboral fa que la mobilitat dels treballadors s'hagi incrementat. Independentment de la situació laboral en la qual ens trobem és recomanable tenir una identitat creada i actualitzada amb els nostres coneixements i la informació que considerem més adequada segons sigui la nostra activitat professional.

Tenir una identitat digital el que permet és diferenciar-nos de la resta. És a dir, cada cop més hem de pensar en el nostre perfil professional com si fos un producte que hem de saber vendre i que complementarà de manera important el nostre currículum i trajectòria professional.

A més la xarxa potencia i complementa el que es coneix com a *networking* o xarxa de contactes professionals que tot i estar fonamentada en el coneixement personal dels professionals a través d'Internet també es pot reforçar per intercanviar experiències i coneixement o bé oportunitats laborals.

Podem construir una identitat digital a través de les eines i xarxes socials que considerem més adequades, per exemple podem tenir un blog relacionat amb les nostres competències o interessos professionals, participar en una xarxa social com Twitter, o bé mantenir-nos actius als grups d'alguna xarxa especialitzada en l'àmbit laboral com LinkedIn o Xing.

Algunes recomanacions generals que podem seguir són:

1. Escollir com volem aparèixer a la xarxa, és a dir, si volem aparèixer amb el nostre nom i cognoms o bé amb el nom de l'empresa a la qual representem.
2. Definir una estratègia: cal que orientem la nostra participació segons sigui l'objectiu professional: cercar feina, captar nous clients o bé posicionar-nos com a referents en un determinat camp o àrea de coneixement.
3. Treballar de manera continuada: la identitat digital no es construeix en un dia sinó que es tracta d'una trajectòria que reflexa la nostra participació així que és recomanable que participem i interactuem a la xarxa de manera periòdica per tal de consolidar l'estratègia que hàgim definit.
4. Mantenir la coherència: independentment de les diverses eines que escollim hem d'assegurar-nos de què el que transmetem segueixi els mateixos objectius.



*Il·lustració 40: Usuari de diferents dispositius digitals. Autoria: Michiko Yazawa. Obra sota llicència CC Reconeixement 2.0.*

## 5. Videotrucades i missatgeria instantània

Les videotrucades i la missatgeria instantània són altres de les eines que faciliten la participació activa dels usuaris a la xarxa. A més als darrers anys la seva evolució ha fet que s'integrin dintre dels serveis web de correu electrònic i cada cop més s'incorporen a les xarxes socials.

IDEA  
CLAU

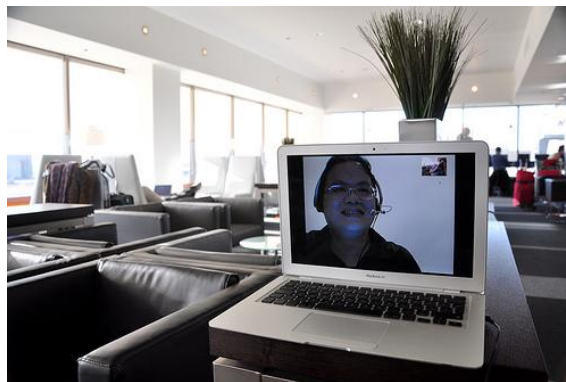
### Videotrucada o videoconferència

La videotrucada és un sistema de comunicació en temps real, que permet la interacció visual, auditiva i verbal a través d'Internet entre persones que es troben distants.

La videoconferència domèstica es realitza amb els mateixos programes gratuïts que es fan servir per a la missatgeria instantània.

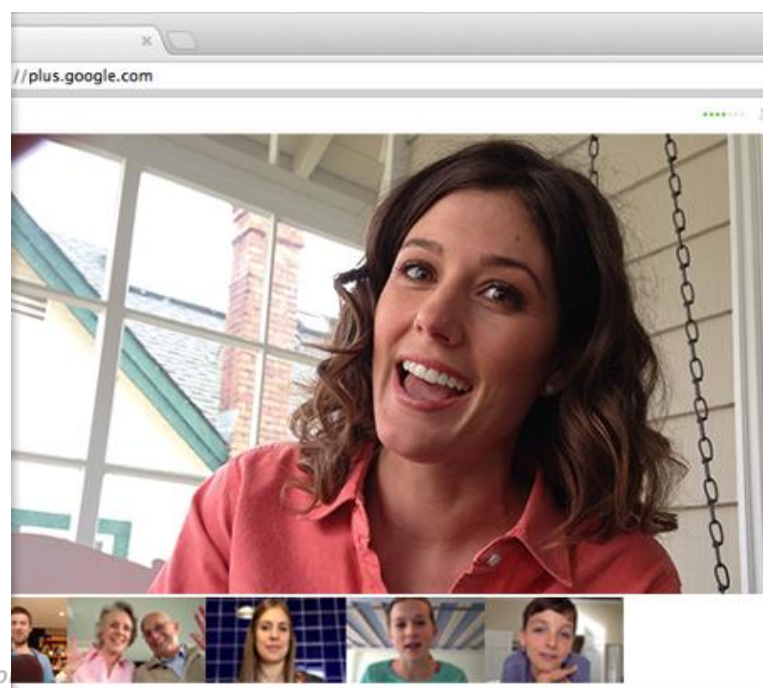
Per fer servir les videotrucades es necessita:

1. Una càmera web
2. Una connexió a Internet (ADSL, cable, o 3G) amb prou capacitat.
3. Un micròfon, auriculars o uns altaveus ( en el cas de que el dispositiu que fem servir ho requereixi: la majoria de portàtils, tauletes i *smartphones* no necessiten cap perifèric per tal de poder escoltar i parlar).



*Il·lustració 41: Videoconferència amb un dispositiu portàtil. Autoria: Roger Schultz. Obra sota llicència CC Reconeixement 2.0.*

Aquest sistema de comunicació es fa servir cada cop més en l'àmbit laboral donat que facilita modalitats com el teletreball o treballar en grup amb persones que no comparteixen la mateixa ubicació. Per altra banda, també es fa servir a l'àmbit personal per a la comunicació entre amics i familiars.



Copyright o Creative Commons  
de Barcelona Activa SAU (exc)

*Il·lustració 42: Els Hangout de Google permeten conversar amb diferents persones de forma simultània.*



SABER-NE  
MÉS

### **Més sobre videoconferència**

Investiga al marcadore social amb l'etiqueta "Videoconferència" i obtén molta més informació al respecte d'aquesta eina.

[[Videoconferència](#)]

[<https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/Videoconfer%C3%A8ncia>]

Per altra banda la **missatgeria instantània** consisteix en una finestra on s'escriu el missatge, en text pla o acompanyat d'ícones o emoticones.

Les característiques principals són:

- El missatge s'envia a un o diversos destinataris que en aquest moment estiguin connectats, que ho rebran en temps real, ho llegeixen i poden contestar al moment.
- També facilita compartir arxius, programes i jocs en línia.
- Els missatges s'intercanvien amb persones que fan servir el mateix programa o aplicació i que, prèviament, hem inclòs a la nostra llista de contactes.

Als dispositius mòbils l'ús d'aquesta eina s'ha generalitzat i en molt casos ha substituït la missatgeria via SMS donat que permet la mateixa funcionalitat i la majoria són eines gratuïtes.

SABER-NE  
MÉS

### **Més sobre missatgeria instantània**

Investiga al marcadore social amb l'etiqueta "missatgeria" i obtén molta més informació al respecte d'aquesta eina.

[<https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/missatgeria>]

A continuació recollim les característiques de les eines més populars que faciliten tots dos tipus de comunicació i que també estan integrades a les xarxes socials.



Skype: <http://www.skype.com>

Skype és un programa gratuït que facilita la realització de vídeo trucades i a més incorpora el servei de missatgeria instantània. Està incorporat al servei de correu d'Outlook.com de Microsoft i també permet la integració amb Facebook.

També incorpora el servei de missatgeria instantània i la possibilitat de consultar el registre de converses realitzades.



*Il·lustració 43: Skype permet intercanviar text, vídeo, àudio i, fins i tot, compartir escriptori.*



**Google Talk o Hangout:** <http://www.google.com/talk/intl/es/>

És l'eina de Google que facilita la realització de trucades de vídeo conferència (amb un màxim de 9 persones). El principal avantatge és que facilita la integració d'altres eines de Google com Google Drive i per tant afavoreix el treball col·laboratiu. D'aquesta manera durant el temps en que es realitza la vídeo trucada es poden compartir documents i elaborar-los de manera conjunta.

Permet l'opció de realitzar vídeo trucades en directe, és a dir, es poden publicar al perfil de Google + , al canal de Youtube i al lloc web. D'aquesta manera es facilita la seva difusió a la xarxa.

### *L'aplicació pràctica de la videoconferència*

L'aplicació pràctica de les eines de videoconferència són diverses, des de l'àmbit educatiu, on faciliten el treball col·laboratiu dels estudiants, a l'àmbit de l'empresa, on poden ser utilitzats per difondre projectes o idees, o també als mitjans de comunicació, on poden ser una eina per fomentar la participació dels usuaris.



SABIES  
QUE...

## 6. Eines de localització geogràfica

La geolocalització o georreferenciació, és el terme que fa referència al posicionament de la informació en una localització geogràfica.

Aquest sistema tradicionalment s'associava al sistema d'informació geogràfica però els darrers anys el seu ús s'ha generalitzat i s'aplica a gran quantitat de continguts.

La seva aplicació a la web 2.0 es basa en la utilització de geoetiquetes (*geotags*) que consisteix en afegir dades d'identificació geogràfica a diversos tipus de recursos: llocs web, vídeos, imatges, missatges de text, codis QR o canals RSS, entre d'altres. Aquestes dades normalment consisteixen en coordenades de latitud i longitud.



*Il·lustració 44: Els dispositius mòbils afavoreixen la participació de la ciutadania.*

*Autoria: Das Fotoimaginarium. Obra sota llicència CC Reconeixement 2.0.*

La participació a la xarxa associada a la geolocalització pot presentar-se de diferents maneres: a través de les xarxes socials que fan servir aquest sistema per complementar la informació sobre el usuari, llocs web o aplicacions que ofereixen serveis associats a aquests elements, eines específiques que ens ajuden a desplaçar-nos o a cercar destinacions, o bé aplicacions relacionades amb la realitat augmentada, entre d'altres.

En aquest sentit amb l'extensió de l'ús dels dispositius mòbils, moltes xarxes socials han incorporat darrerament aquesta funcionalitat, per exemple Twitter o Facebook i d'altres, com Foursquare, Metaki o Ipoki, fan d'aquest element la clau principal de participació.

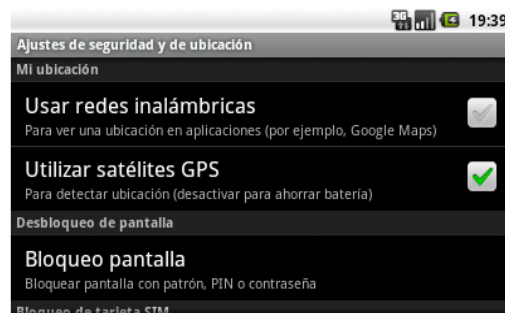


### **Característiques del nom del domini**

En el cas dels *smartphones* i tauletes la informació sobre el posicionament geogràfic es pot obtenir de diferents maneres: en primera instància es fa servir el GPS, però també es pot fer servir la xarxa Wi-Fi o els repetidors de telefonia mòbil.

Per activar aquesta opció hem de localitzar el servei en el nostre dispositiu en la configuració de les eines d'ubicació o localització.

Si no volem que aquesta informació sigui utilitzada per aplicacions o bé es publiqui a les xarxes socials que fem servir habitualment l'hem de desactivar.



*Il·lustració 45: Configuració del GPS a un dispositiu mòbil.*



Per a més informació sobre la privacitat associada a la geolocalització es pot consultar el següent recurs: [http://www.inteco.es/guias/Guia\\_Geolocalizacion](http://www.inteco.es/guias/Guia_Geolocalizacion)

## Eines per cercar destinacions o itineraris

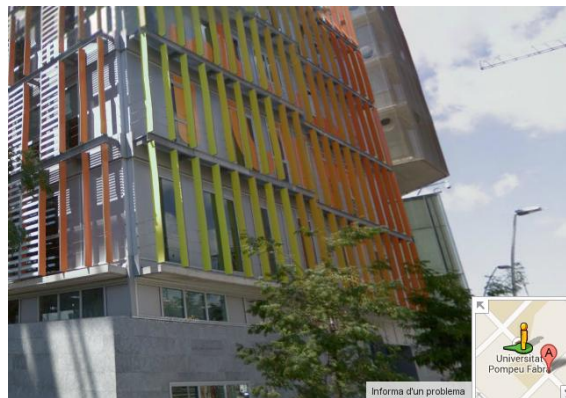
Hi ha diferents eines que es poden utilitzar.



**Google Maps** : <http://maps.google.es>

Google Maps és un servei gratuït que ofereix imatges de mapa desplaçables i fotografies de satèl·lit del món sencer. Funciona a partir d'un cercador on hem d'introduir l'adreça que volem cercar. Un esquema "Adreça, ciutat, estat/província" o bé "Adreça, codi postal, ciutat" donarà el resultat esperat.

*Exemple: Carrer de Roc Boronat, 117, 08018 Barcelona.*

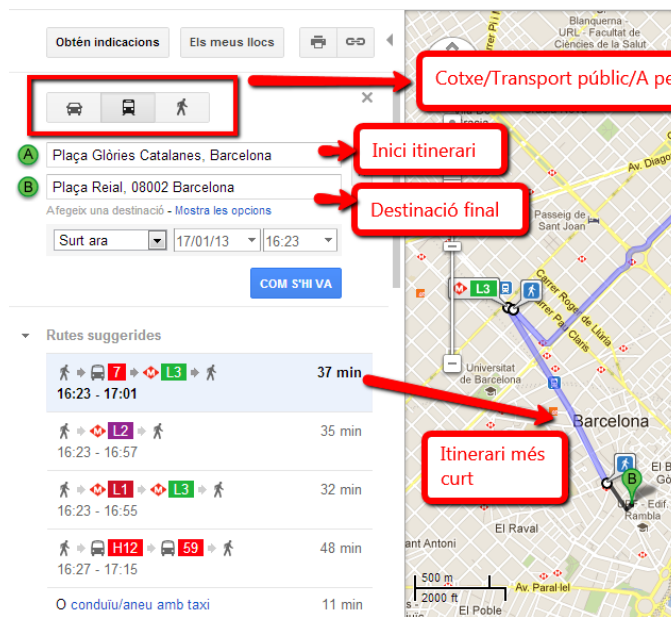


*Figura 46: Captura d'imatge de Google Street View.*

Un cop tenim l'adreça que ens interessa aquesta es visualitza al mapa. El web o bé l'aplicació mòbil permeten acostar o allunyar per mostrar el detall del mapa.

A més de la visualització al mapa del lloc que cerquem, Google Maps ens ofereix altres opcions complementàries:

- **Informació addicional** sobre el lloc que poden ser fotografies o bé informació sobre altres localitzacions relacionades.
- **Itineraris** : podem fer servir aquesta opció per tal de poder determinar una ruta per anar d'un lloc a un altre. A més podem especificar el mitjà de transport: en cotxe, transport públic



o a peu *Il·lustració 47: Google Maps ens ofereix una aplicació*

- **Desar , imprimir i obtenir la URL del mapa:** seleccionant aquestes opcions podem desar, imprimir el mapa o bé obtenir la URL. Amb l'adreça URL podem enviar un correu electrònic o un missatge instantani a una altra persona que vulgui tenir aquesta informació.
- **Opcions de visualització:** a més de la vista com a mapa , que és la que ens presenta el programa per defecte, tenim les opcions de **vista satèl·lit** i **vista amb relleu (Earth)**. Per canviar de vista cal seleccionar l'opció corresponent.
- **Superposició de capes d'informació:** el programa té diferents opcions que permeten mostrar informació complementària com l'estat del trànsit, el transport públic o informació provinent de la Viquipèdia, entre d'altres.



*Il·lustració 48: Vista amb relleu (Google Earth)*



*Il·lustració 49: Vista satèl·lit*

## Google Street View

Google Street View (vista de carrer de Google, en anglès), és una característica que incorpora Google Maps i Google Earth, que proporciona imatges virtuals que giren 360° a peu de carrer, donant la sensació de que es recorre a peu i permetent als usuaris veure parts de la ciutat seleccionada.

Google Street View aconsegueix les imatges de fotografies preses des de càmeres situades en una flota d'automòbils i es mostren sobre les imatges de fotos preses des d'un satèl·lit.

Un cop realitzada la recerca a Google Maps, si la ciutat o zona en concret té la possibilitat de l'aplicació Street View, es pot activar Street View

Quan s'activa aquesta funcionalitat apareix un ninot de color groc que podem desplaçar com si fos una persona que està caminant per la ubicació que hem escollit. A la pantalla es presentaran la vista real del lloc. La imatge, que no és a temps real sinó una filmació, es pot desplaçar 360.





*Il·lustració 50: Vista de Google Street View*



*Il·lustració 51: El ninot groc mostra la ubicació de la càmera.*

SABIES  
QUE...

### La discreció de Google Maps.

Abans de llançar aquest servei, Google va eliminar les imatges que representessin violència i, a banda, permet als usuaris demanar l'eliminació de les fotografies que mostren actes o situacions no desitjades o indegudes. Igualment, Google ha aplicat la difuminació de rostres i matricules de vehicles, tot i que a vegades es produeixen errors i segueixen apareixent.



### Google Earth

Google Earth és un programa informàtic similar a un sistema d'informació geogràfica que permet visualitzar imatges en 3D del planeta, combinant imatges de satèl·lit, mapes i el motor de recerca de Google, el qual permet veure imatges a escala d'un lloc específic del món.



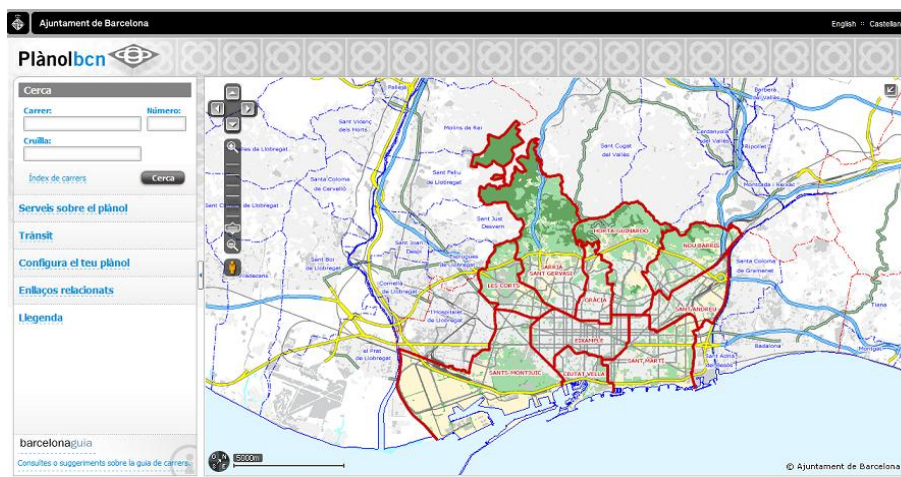
*Il·lustració 52: Vista de la terra des de Google Earth*

Per a accedir als mapes des d'un dispositiu mòbil només cal descarregar l'aplicació corresponent. Si accedim des del nostre ordinador cal instal·lar-se una aplicació gratuïta que es pot descarregar des de la pàgina web de Google. Com els mapes es troben a Internet haurem d'estar connectats a la xarxa per accedir-hi.



### Altres recursos rellevants

La pàgina web de l'ajuntament de Barcelona, [www.bcn.cat](http://www.bcn.cat), a l'apartat de **plànol** posa a disposició una eina que permet realitzar cerques sobre el mapa de Barcelona així com visualitzar diferents serveis d'interès sobre el plànol.

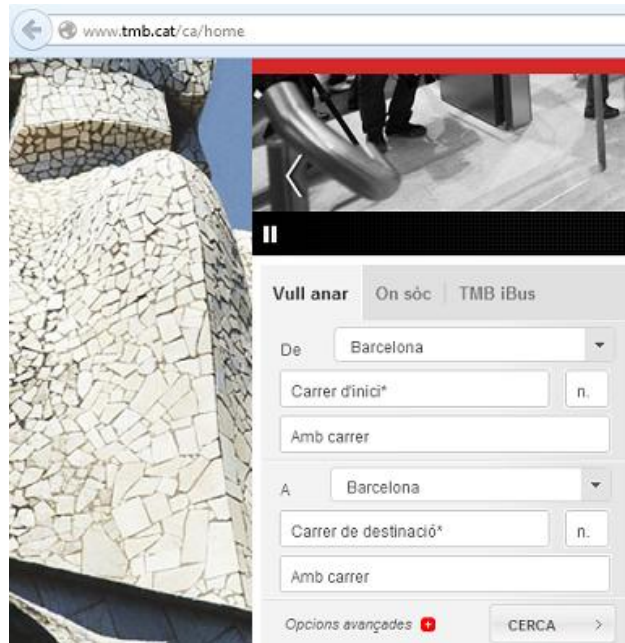


*Il·lustració 53: Plànol interactiu facilitat per l'Ajuntament de Barcelona*

### El lloc web de Transports Metropolitans (<http://www.tmb.cat>)

El lloc web de Transports Metropolitans ofereix un cercador de les rutes més curtes i els enllaços de transport públic més eficients per arribar al punt de destí, i altres serveis relacionats amb l'ús dels transport públic.

A l'apartat **"Vull anar"** s'introdueix l'adreça de partida i l'adreça de destí. La web confecciona una ruta que mostra els transports públics que s'han d'utilitzar i el temps que es trigarà en arribar al punt de destí.



Il·lustració 54: Imatge de l'eina "Vull anar".

L'apartat “**On sóc**” funciona com un localitzador de transport públic al punt on ens trobem. S'introdueix l'adreça o el punt d'interès des del qual es partirà, i mostra un mapa dels transports als quals es pot accedir des d'aquella zona. Així mateix, busca cinemes, restaurants i altres serveis propers.

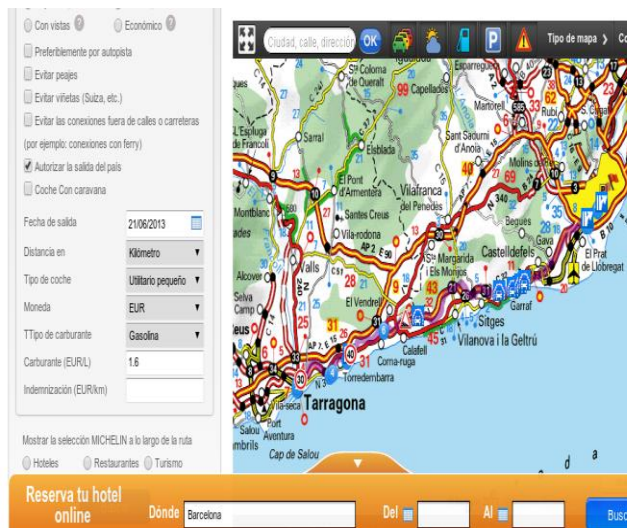
A l'apartat “**TMB i Bus**” podem consultar els minuts d'espera en una determinada parada d'autobús.

### Planificadors de rutes

Si no es disposa d'un navegador GPS, el planificador de rutes pot ser una bona opció per trobar un recorregut a realitzar, quin carrer prendre o l'autopista que millor ens dirigeix al punt de destí. És un recurs per saber el millor itinerari a seguir als viatges en cotxe, el temps que portarà i com evitar el trànsit o els peatges.

Es tracta d'una eina útil, ràpida i senzilla a la que s'accedeix a través del web. A continuació es fa una breu descripció de les més conegudes i utilitzades: la Guia Michelin i la Guia Campsa-Repsol.

**Guia Michelin :** <http://www.viamichelin.es/>



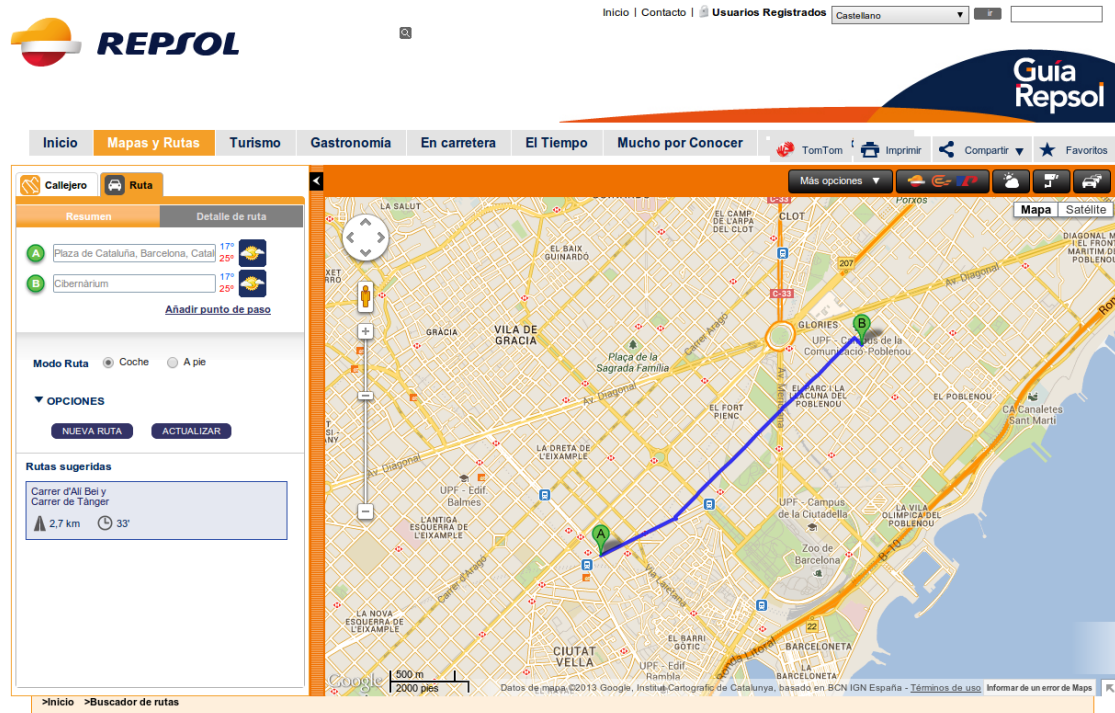
Il·lustració 55: Michelin disposa d'eines que permeten personalitzar molt la cerca de les rutes desitjades.

És un dels planificadors de rutes més coneguts. El funcionament és molt senzill: s'introdueix el carrer o ciutat des de la qual es parteix i les mateixes dades per l'arribada. La pàgina elabora una ruta i mostra el resultat al mapa i amb les indicacions pas a pas i en quilòmetres.

A banda, es pot escollir fins a 7 tipus d'itineraris: el recomanat per Michelin, el més ràpid, el més curt, amb vistes, el més econòmic (normalment més llarg però evita els peatges) l'itinerari per vianants i per bicicletes.

Aquest servei, informa del temps estimat que serà necessari per cada tipus de via i el cost mig de carburant.

Guia Repsol/Camsa <http://www.guiarepsol.com>



Il·lustració 56: Repsol ofereix una utilitat per a calcular rutes a peu o en cotxe.

Aquesta guia funciona de manera molt similar a la guia Michelin. Després d'introduir les dades de partida i arribada, es pot escollir entre el trajecte més ràpid, més curt o evitar els peatges.

Disposa també de guia de carrers i de guies de restaurants i altres serveis. El resultat, es trobarà primer una llegenda resumida al costat del mapa amb les principals vies que es prendran i, a continuació, una explicació més detallada.

A banda, incorpora una predicció meteorològica per cada punt geogràfic pel qual es circula.

També permet identificar els punts negres de trànsit o les càmeres que té instal·lades el Servei general de Trànsit.

**Here:** <http://here.com>: lloc web similar a les guies Michelin i Camsa, permet també una vista del mapa i recorregut en 3D, així com un recorregut virtual aeri de tot el camí a seguir. Té rutes de tot el món.

## Realitat augmentada

Un altre exemple de tecnologia que moltes vegades s'associa a elements de geolocalització és la realitat augmentada.



### Informació virtual en el món real

La realitat augmentada és una tecnologia que permet afegir informació virtual a un entorn real. D'aquesta manera la informació sobre el món que tenim al voltant es pot transformar en interactiva i digital.

La seva aplicació encara és molt recent però té gran projecció de futur en diferents àmbits: educatiu, cultural, serveis mèdics, arquitectura, com a eina de màrqueting.

Des dels dispositius mòbils existeixen aplicacions que permeten accedir a aquesta informació que es troba geolocalitzada si activem el GPS i la càmera.

Alguns exemples són:



**Layar:** permet veure informació provinent de la Viquipèdia, llocs recomanats pels usuaris de Fourquare, els usuaris de Twitter que hi ha a prop, fotografies geoetiquetades o bé vídeos de Youtube.



**BCN Visual:** facilita obtenir informació visual sobre la història de Barcelona. Un cop estem en un determinat punt permet obtenir les fotografies relacionades amb aquest lloc. A més facilita superposar les imatges antigues i les actuals per identificar els canvis.



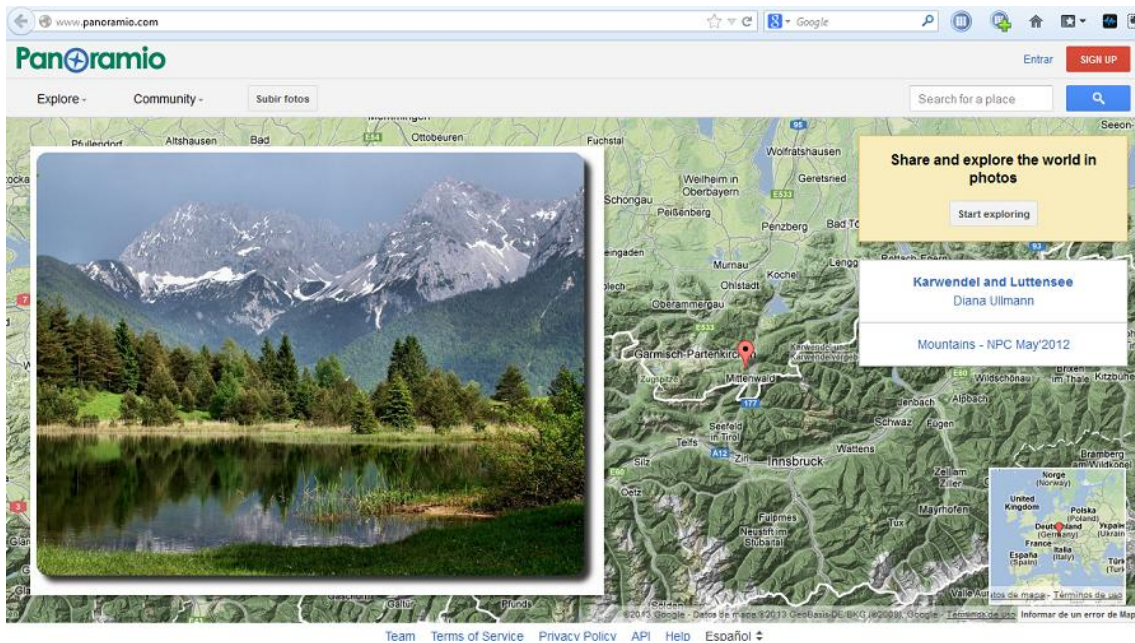
*Il·lustració 57: BCN Visual*



## Altres eines que utilitzen mapes digitals

**Panoramio** <http://www.panoramio.com>

És un lloc web on es mostren imatges de llocs i paisatges que creen els propis usuaris i les georeferencien.



Il·lustració 58: Imatge de pantalla de Panoramio



### Més sobre mapes digitals

Investiga al marcadors social amb l'etiqueta “[maps](#)” i cerca més informació

<https://groups.diigo.com/group/cibernarium/content/tag/maps>

### Característiques generals:

Sense necessitat de registrar-se, l'usuari pot buscar imatges per lloc o mitjançant etiquetes.

Per poder pujar imatges, els usuaris han d'estar registrats a Panoramio o bé tenir l'aplicació instal·lada al dispositiu mòbil. Si es disposa d'un compte a alguns dels serveis de Google únicament serà necessari escollir un nom d'usuari. Cada compte creat té 2 GB de capacitat per emmagatzemar les imatges, sempre i quan no excedeixin els 10MB cadascuna. La quantitat de fotografies que l'usuari pot pujar diàriament no té límit.

A banda, cada fotografia pot ser posicionada al mapa. El procés de geoposicionament sol ser manual, però si les fotografies incorporen les coordenades geogràfiques, es



Il·lustració 59: Panoramio està disponible en format app (aplicació per als telèfons intel·ligents o tauletes digitals).



situen automàticament al mapa. Les fotos que no estiguin geoposicionades tenen menys possibilitats de ser vistes per un nombre major d'usuaris.

Si algun usuari considera que una fotografia aliena està mal posicionada, pot suggerir a l'autor la correcció de la situació, indicant en un mapa la posició que cregui és la correcta.

Les fotografies de Panoramio també poden rebre comentaris dels usuaris registrats. Les imatges gaudeixen de "popularitat", la qual depèn de la quantitat de cops que ha estat vista, la quantitat de comentaris rebuts, la seva resolució en píxels, etc. A la pàgina de cada fotografia existeix un enllaç per votar la foto com la millor.

Els administradors poden seleccionar imatges i enviar-les a Google Earth per a què els usuaris d'aquest software puguin visualitzar-les a l'activar la capa "Panoramio" de la secció "Web geogràfica".

### Flickr Maps:

<http://www.flickr.com/map>

La xarxa social de Flickr també conté un mapamundi, on els usuaris poden posicionar les seves fotografies. Al mapa es poden cercar fotografies per etiquetes o restringir la recerca a fotos de contactes de Flickr, amics o les pròpies fotografies.



Il·lustració 60: Mapamundi de Flickr.



**My Tracks:** aplicació que permet enregistrar trajectes GPS i compartir-los. (Només disponible per Android).



**Around.me:** aplicació que permet identificar la nostra situació i conèixer els serveis (restaurants, supermercats, hospitals...) que es troben a prop