

Organiza: CFR-Vigo

Lugar de celebración:

CIFP "A GRANXA"-PONTEAREAS

25-29 Xuño 2012

# As TIC's, canle de comunicación



V1201001

Curso de Técnicas de  
Educación Ambiental



FONDO EUROPEO DE  
DESENVOLVEMENTO REGIONAL  
*"Unha maneira de facer Europa"*  
FONDO SOCIAL EUROPEO  
*"O FSE inviste no teu futuro"*

ACTIVIDADE COFINANCIADA POLO FONDO  
SOCIAL EUROPEO NUN 80%

# AS TIC'S, CANLE DE COMUNICACIÓN

## ÍNDICE

- 1. A web 2.0.**
- 2. Os inicios da participación. Primeiras webs participativas.**
- 3. A chegada das redes sociais. Novas formas de relación e difusión de contidos.**
- 4. Outras vías de difusión de contidos a través das novas tecnoloxías. Dispositivos móbiles e realidade aumentada.**

### **Anexo. Algunhas recomendacións de estilo para unha boa difusión da información.**

Os novos entornos dixitais están revolucionando o xeito de comunicarnos, de transmitir e difundir a información e, aínda que o seu papel dentro da nosa sociedade estase a definir, a súa aparición non pode pasar desapercibida para nós polas posibilidades que nos brinda. Somos parte activa desta nova forma de comunicarnos como receptores e xeradores de contidos e da súa axeitada difusión valéndonos das novas ferramentas ó noso alcance grazas as TIC's.

## **1. A WEB 2.0**

A chegada de INTERNET para o uso cotiá das persoas e o seu impacto nas nosas vidas, é unha das máis importantes revolucións da nosa historia. Internet pon ó noso alcance, unha cantidade infinita de posibilidades e ferramentas, que seguen a medrar día tras día revolucionando as canles de comunicación

coñecidas como convencionais ata fai poucos anos e as que xa non podemos ser alleos, debemos empregalas.

A aparición deste novo entorno dixital ó noso alcance, modificou tódalas regras as cales estabamos acostumados, o almacenamento, distribución e comunicación de contidos xa non ten limitacións de ningún tipo (xeográficas ou físicas). A difusión de información e a súa metodoloxía sufriu un cambio radical coa chegada das novas tecnoloxías, da nosa adaptación a elas, adaptando o noso modo de comunicar ás novas posibilidades que nos ofrece a rede, dependerá que consigamos que a nosa mensaxe cale nunha sociedade composta cada día por máis nativos dixitais.

Asimesmo, as novas Tecnoloxías da Comunicación e da Información ofrécennos por outra banda o acceso a unha cantidade inesgotable de información, as preferencias da cada individuo poden ser cubertas posto que elimínase a antiga limitación na aparición de novos produtos, sempre supeditado ó suposto interese ou popularidade dos seus contidos, as novas tecnoloxías favoreceron a redución de custos destes produtos e as publicacións coas que contamos hoxe na rede son infinitas e ó noso alcance.

*Pero ¿cal é a chave do éxito de Internet e das TIC?*

Sen dúbida, a palabra que mellor serve para definilo é **a interactividade**, a posibilidade de que tódolos usuarios participen e formen parte activa. Ata a súa aparición, as canles de comunicación non permitían que os seus “consumidores” contribuísen na construción da súa mensaxe, sendo estes, meros receptores de información. O cambio definitivo prodúxose no que se coñece como o paso da Web 1.0 a Web 2.0.

**O término Web 2.0** atribúese a Dale Dougherty, quen o empregou por primeira vez no ano 2004, nunha conferencia sobre o renacemento e a evolución da Web. Considera que a fase 2.0 na que nos atopamos comezou co “boom” das blogues no 2000 e o nacemento de Wikipedia no 2001. A democratización que supuñan as blogues, novos medios que permitían a calquera usuario

expresarse na Rede, inaugurou ese novo modelo de comunicación ó que nos referiamos anteriormente, dando poder ós usuarios fronte ós medios tradicionais.

Con esta nova capacidade de personalizar a mensaxe ábreanse moitas posibilidades para nós, o coñecemento das ferramentas máis empregadas polos usuarios dixitais 2.0 (das que nos ocuparemos máis adiante) e a súa relación con este medio, permitíranos adaptalas ó noso campo profesional, servíndonos por unha banda destas novas linguaxes para acadar o éxito na comunicación da nosa mensaxe e pola outra para ter fácil acceso a información que outros profesionais comparten na rede que pode ser de grande utilidade para nos.



A mesma revista Time, nomeou como persoeiro do ano a "YOU" referíndose ó usuario particular que nese momento xeraba contidos de valor en entornos 2.0.

## 2. OS INICIOS DA PARTICIPACIÓN. PRIMEIRAS WEBS PARTICIPATIVAS

Non existe unanimidade na inclusión destas páxinas dentro do entorno 2.0 que nos ocupa pero **os foros** foron as primeiras páxinas de participación en rede nas que se comezaron a difundir contidos entre usuarios. Estes apareceron tanto aparelados a unha páxina web concreta como creados unicamente para compartir información, conversar, discutir e debater sobre un tema determinado creando o que se coñecen como *comunidades*.

En todos eles existe a figura do *administrador*, creador da plataforma e coordinador dos temas a tratar, supervisor dos contidos publicados por outros e moderador de todo o que sucede xa que os foros deben contar sempre cunhas normas que deben ser cumpridas.

Actualmente, os foros están considerados por algúns como unha ferramenta xa anticuada con respecto a outras redes sociais máis actuais pero non debe ser esquecida nin abandonada, un bo foro segue sendo altamente participativo e os seus usuarios convertéronse en usuarios moi activos.

No noso caso, podemos xestionar foros nos que se incentive a participar sobre temas tratados en clase, propoñendo preguntas ou cuestións periódicas con recompensa para aqueles alumnos que participen cos seus comentarios, opinións ou respostas ou incluír contidos adicionais, recomendacións etc.

Na outra banda, tamén nós podemos ser membros de comunidades foreiras que aporten información e contidos que resulten enriquecedores para nós.

Existen moitas páxinas de valde que nos permiten crear o noso propio foro e xestionalo de maneira moi sinxela como [www.foroactivo.com](http://www.foroactivo.com) onde se explican de maneira moi sinxela os pasos a seguir.

Exemplo de foro creado para a participación dunha comunidade nun tema específico: <http://educacionambiental.foroactivo.com>

Un paso máis nas páxinas que permiten a interacción do usuario, e un dos paradigmas das webs colaborativas é **a Wikipedia**, a maior enciclopedia de contido libre que existe. Baseada na tecnoloxía “wiki”, é unha web social que exemplifica como ningunha outra o coñecemento compartido. En pouco máis de dez anos conta con máis de 20 millóns de artigos escritos sobre os máis variados temas en case 300 idiomas diferentes.

A wikipedia está editada por milleiros de persoas que se atopan en calquera parte do mundo, aportando información á que podemos acceder así como facer as nosas propias aportacións. Ben e certo que a polémica está presente, toda web colaborativa coma esta debe ser empregada con cautela, fálase da súa falta de fiabilidade pola absoluta liberdade coa que se poden incorporar novos contidos aínda que isto non é de todo certo, existen colaboradores adicados a supervisar as novas entradas con novos contidos. Si, é certo que non todas poden ser analizadas pola cantidade constante de novas aportacións que se producen pero a Universidade de Harvard concluiu mediante un estudio que o número de erros que podíamos atopar en Wikipedia non é moi superior os detectados na Enciclopedia Británica. Polo tanto, as súas debilidades non a deixan de facer una ferramenta moi importante para o coñecemento e o intercambio deste entre usuarios.

A Wikipedia pode ser empregada tanto coma un interesante complemento para os traballos que se poidan desenvolver na aula como para a búsqueda de información pola nosa parte ó estar dividido por categorías e temáticas.

Un terceiro exemplo destas primeiras formas de participación 2.0, e que supuxo sen dúbida unha auténtica revolución na difusión de contidos en internet foron **as blogues**.

Dende que en 1997 se recoñeceu a Dave Winer como o primeiro *blogger* da historia, o seu crecemento foi imparable, chegando a ser de 150.000 novas blogues ó día.

Estes son sitios webs empregados como “tribunas” polos seus creadores (de forma gratuíta) na que coa periodicidade que cada un decida inclúe novos artigos coa información que considere oportuna (textos, imaxes, vídeos, etc.). Son probablemente a ferramenta máis coñecida actualmente entre os usuarios de internet aínda que non a máis empregada.

As blogues teñen unhas características e unha estrutura que o fan diferentes a outros medios máis convencionais así como un estilo propio que debe ser tido en conta e que axuda a conectar co público ó que nos diriximos posto que presenta unhas particularidades que lle confiren un aire máis informal e cercano, contribuíndo a transmitir información de forma máis amena, de fácil recepción, acorde coa inmediatez do mundo en que se move.

Á hora de abordar a creación dunha blogue, conven ter en conta unha serie de premisas que axudan a acadar os fins perseguidos con esta ferramenta:

- A redacción dos contidos debe ser clara, concisa, dinámica.
- Un estilo entretido, emprega metáforas, símiles, a ironía.
- Escribe dunha maneira coloquial, estás dialogando con quen te lee, fálalles os teus lectores.
- Debe ser moi coidadoso na escritura, os lectores de blogues castigan duramente os erros ortográficos e gramaticais.
- Debes escribir de xeito que facilites a lectura, con párrafos e frases curtas, lembra que a lectura nunha pantalla é máis custosa que nun papel.
- Segue as normas “non escritas” dos usuarios da web 2.0 como: non

empregar maiúsculas en frases completas (significan berros), non empregues a arroba para dirixirte a ambos sexos, escribe as cifras en números, non abuses do uso de emoticonos , etc., toda unha serie de regras ou códigos que a rede foi construíndo entre tódolos seus usuarios.

- Dálle un aspecto atractivo. Existen ferramentas que te poden axudar a facer o máis atractiva posible unha blogue, o visual ten moita importancia xunto os contidos.

Estas poden ser as premisas básicas no momento que decidamos crear unha “bitácora”. Para facelo existen diversas webs que ofrecen estes servizos, sendo os máis coñecidos:

[www.blogger.com](http://www.blogger.com)

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

As blogues están a ser moi empregadas en centros educativos dende dúas vertentes distintas: xestionados polos propios alumnos para dirixirse a unha clase ou a todo o centro, e tamén polo centro ou polo profesor como plataforma de comunicación e relación co estudantado, achegándose as formas de comunicación que a eles lle son máis cercanas.

<http://trabajosdeeconomia.blogspot.com.es/>

<http://www.jmcastillo-alumnos.blogspot.com.es/>

Asimesmo, as blogues son fonte de información de interese, con contidos de todo tipo, un campo no que sabendo filtrar da maneira axeitada podemos atopar profesionais cun perfil coma o noso, e que de forma gratuíta e desinteresada comparte información para que o resto dunha comunidade interesada nun mesmo tema poida favorecerse, unha experiencia que resulta enriquecedora a nivel profesional.



<http://josechuferreras.wordpress.com/>

<http://ambientarte-blog.blogspot.com.es/>

<http://manuales-ambientales.blogspot.com.es/>

Por último, existen tamén blogues corporativas, unha canle de comunicación das empresas, institucións etc. que deciden así poñerse o mesmo nivel do usuario conseguindo crear comunidade e transmitir os seus contidos (na mesma maneira que un profesor pode crear a súa blogue para dirixirse os seus alumnos).

<http://elblogdemiquelonylucy.com/>

<http://www.blogdemedioambiente.com/>

Xunto a estes tres exemplos, existen moitos outros similares no entorno web que camiñan entre páxinas de tipo colaborativo ou de creación de contidos propios e as redes sociais que enseguida abordaremos. Referímonos a **Youtube**, **Flickr** ou **Del.icio.us**, entre outras, todas elas plataformas que permiten subir contidos audiovisuais por parte de calquera usuario de forma gratuíta, creando unha canle propia na que colgar a información que desexen cun contido determinado. Estes contidos poden ser compartidos en outras plataformas polo que dalgunha maneira, poden complementar o contido dunha blogue cun vídeo ou dunha entrada de wikipedia ilustrándoa con imaxes por exemplo.

### 3. A CHEGADA DAS REDES SOCIAIS. NOVAS FORMAS DE RELACIÓN E DIFUSIÓN DE CONTIDOS

A Web 2.0 como estamos a comprobar, trae aparelados cambios constantes na súa evolución continua e actualmente atopámonos que, no centro desta espiral, están as **redes sociais** como principais protagonistas no panorama

2.0. Twitter, Facebook, etc., son nomes que agora en maior ou menor medida son familiares para todos nós, en poucos anos pasaron de ser totais descoñecidos a atoparse no epicentro das Tecnoloxías da Información e a Comunicación.

Segundo o informe Nielsen, un 80% da poboación conectada a Internet visita con regularidade unha rede social polo que é evidente que debemos saber como manexarnos con elas, sacándolle o máximo proveito as posibilidades que nos brinda, converténdolas nun valioso instrumento de difusión de contidos. As redes sociais non son máis que iso, entornos dixitais nos que grupos de persoas manteñen contacto sobre temas afíns entre eles e iso pode ser empregado segmentando o grupo na medida que se desexe.

Youtube: As redes sociais en España e no mundo

<http://www.youtube.com/watch?v=hc7TIIPBbW0>

## FACEBOOK

Sen dúbida, a rede social por excelencia na maior parte do mundo. O que inicialmente surxiu coma un proxecto académico de alumnos da Universidade de Harvard, converteuse no xigante das redes sociais con máis de 800 millóns de usuarios (16 millóns en España).

Contar cunha conta e un perfil de Facebook é totalmente gratuíto, e como ferramenta de comunicación presenta diferentes opcións que poden servir de inestimable axuda para difundir contidos entre as persoas que se decida, no caso de alumnos a inmensa maioría ten unha conta de correo e unha conta de Facebook, o que sería máis que suficiente para que esta ferramenta funcione entre o noso "público". Son moitas as posibilidades que nos brinda pero poderíamos destacar catro delas: mensaxes, eventos, grupos e enquisas.

As mensaxes permiten enviar dende a nosa conta, información de maneira privada a aquelas persoas que se desexe.

Os eventos pódense crear para lembrar unha cita puntual e de relevancia, unha vez creado será compartido aparecendo no muro de tódalas persoas agregadas.

Os grupos, estes poden ser abertos, pechados ou secretos, dependendo da privacidade que se lle precise dar e permite xerar foros de discusión debate, opinión etc., a raíz dos contidos propostos por nós como administradores e creadores dese grupo.

As enquisas, a través dunha sinxela ferramenta podemos elaborar preguntas ailladas ou cuestionarios ben para avaliar coñecementos sobre algún tema tratado ou ben para que de maneira anónima, os integrantes dun grupo poidan dar a súa opinión sobre algún tema.

A grande vantaxe de todos eles e que empregamos unha canle de comunicación que chega e é aceptada polo grupo de persoas os que nos diriximos xa que están presentes nesta rede e a facilidade de recepción pola súa parte e de comunicación pola nosa, é moi elevada.

Por outra banda, nós, coma usuarios tamén temos a oportunidade de xerar unha rede de contactos propia que crea sinerxias interesantes e as cales permítenos estar en contacto diario e permanente coas nosas inquedañas profesionais podendo estar actualizados e na vangarda permanentemente.

## TWITTER

Esta é outra das redes sociais máis coñecidas que non deixan de crecer (máis de 5 millóns de usuarios en España e a rede social que máis crecerá nos próximos anos) en canto a número de usuarios. Trátase dun sinxelo servizo de *microblogging* que o que permite é enviar mensaxes curtas entre usuarios cun máximo de 140 caracteres por mensaxe.

Os usuarios desta rede teñen a posibilidade de suscribirse ós tweets doutro usuario polo interese común nos temas que tratan. Deste xeito crease unha microrrede na que se poden difundir e intercambiar contidos dunha forma rápida, directa e eficaz.

Tan só se necesita abrir unha conta persoal, de forma gratuíta, e o usuario xa dispón do servizo para poder interactuar cos demais.

Esta rede ofrece diferentes opcións entre as que podemos destacar: as mensaxes directas, os retweets e os hastags.

As mensaxes permiten enviar mensaxes privados directamente a conta dos usuarios que nós decidamos, con información que soamente será vista por aqueles que se estime oportuno.

Os retweets, con este nome coñécese a posibilidade de coller o tweet doutro usuario que polo seu contido resulta de interese e poder difundilo entre o grupo de persoas que compoñen a miña rede particular.

Os hashtag; a palabra provén da unión de dúas palabras anglosaxonas como son hash (almofada) e tag (etiqueta). Calquera usuario pode crear un hashtag, representado co símbolo # seguido dunha ou varias palabras que representan un tema concreto e no que tódolos usuarios poden escribir as súas aportacións, opinións, críticas etc., o único que ten que facer e incluír no seu tweet o hashtag (tema) no que se quere integrar. Para seguir o fío dun tema que lle interese a calquera usuario bastará con buscar a cadea correspondente con ese tema.

Coñecidos son o hashtag **#SOSFragasDoEume**, que permitiu estar informado ó minuto do incendio ocorrido fai pouco nese lugar ou **#15m** durante as acampadas nas diferentes prazas do país. A nivel máis "local" pódense crear hashtag nun congreso, nunha feira, nun evento deportivo nun curso etc...e no entorno académico as posibilidades son as mesmas, infinitas.

## 4. OUTRAS VÍAS DE DIFUSIÓN DE CONTIDOS A TRAVÉS DAS NOVAS TECNOLOXÍAS. DISPOSITIVOS MÓBILES E REALIDADE AUMENTADA.

Ademais das redes sociais existen outras canles polas que as novas tecnoloxías permiten a difusión de contidos. Xa anteriormente falamos da inexistente limitación xeográfica para acceder á información ou para difundila grazas a Internet.

Agora, a aparición dos dispositivos móbiles con conexión a Internet (smartphone) supón outro paso máis na ruptura desas barreiras, grazas a eles podemos ter acceso a máis información, xerar contidos ou interactuar en calquera lugar, onde antes non podíamos (o 51% dos teléfonos móbiles en España son smartphones).

Cada día aparecen novas vías ou ferramentas, centrarémonos en 3 delas: os códigos QR, as aplicacións para móbil (apps) e a realidade aumentada.

Os **códigos QR** ou quick response (resposta rápida), teñen a súa orixe na industria automobilística, trátase dun sistema no que se pode almacenar información, moi similar ós códigos de barras tradicionais. En orixe foi empregado para controlar os inventarios dos repostos de vehículos pero hoxe a súa funcionalidade non parou de medrar. Grazas a un sinxelo software que se pode instalar nos smartphone de calquera usuario, pódese ler este código unicamente enfocándoo coa cámara do terminal, permitíndonos acceder a información adicional, incluída dentro deste código. Estes códigos están presentes en todo tipo de accións, dende as tarxetas de visita dunha empresa ata nun envase pasando por un anuncio situado na rúa ou para informarnos do seguinte autobús na nosa parada, para facer a compra, nas cartelas dun museo, nunha ruta, etc.

Trátase dunha ferramenta de carácter gratuíto que pode servirnos de grande utilidade tamén para poder xerar códigos qr con información que queiramos

entregar os nosos alumnos ou para facer diferentes dinámicas de campo ou no aula. A novidade destas técnicas, xunto o desenvolvemento da xente máis xove coas novas tecnoloxías pode contribuír a que sexa unha ferramenta ben recibida por eles/as.

Enlace con máis información sobre códigos qr e xerador de códigos gratuito:

<http://www.codigos-qr.com/generador-de-codigos-qr/>

Exemplo de códigos QR empregados por Ambientarte S.L. no proxecto de creación de dúas rutas interpretativas en Bueu e Beluso:



Invisible Maps e outra interesante proposta innovadora en iniciativas con códigos qr.

En segundo lugar, a aparición das **aplicacións móbiles** tamén supuxo unha revolución que aínda está a dar os seus primeiros pasos pero que xa conta con interesantes propostas. Estas aplicacións son pequenos programas, gratuítos ou de pago, creados para descargar nun dispositivo móbil e poder acceder á información que contén en calquera momento e lugar. Ó igual que no caso dos códigos qr, emprégase en tódolos ámbitos, adecuando as súas funcionalidades as necesidades concretas de cada caso.

E en terceiro lugar atopámonos coa **realidade aumentada**, esta tecnoloxía o que fai é engadir información virtual ao mundo físico no que estamos, creando un mundo interactivo ó gusto do usuario.

No caso dos dispositivos móbiles son programas que, coa axuda da Novas Tecnoloxías apórtannos información sobre o entorno que vemos ou nos que nos movemos. Pódese dicir que é o paso seguinte a antiga “realidade virtual”, esta sustituía o entorno físico real no que estamos, agora xa non, mantense e engádese información.

Convén destacar que no caso da realidade aumentada, vai máis aló dos dispositivos móbiles e está sendo empregada noutros entornos coma museos, centros de interpretación etc.

É unha ferramenta que aproveita un entorno virtual para difundir moita máis información que non sería posible fisicamente e resulta moi atractiva a forma de difusión dos contidos para o público.

Icainn ou Inatura son dous exemplos de realidade aumentada en espazos naturais, ou Augmented reality cinema con contidos doutro tipo empregando sempre dispositivos móbiles.

Por último, convén destacar que as páxinas web son tamén unha importante fonte de difusión de contidos. Ben é certo que nesta ocasión centrámonos noutras tecnoloxías máis novedosas e participativas pero as páxinas web están a facer o mesmo. Aínda que parece que falamos xa dun concepto antigo, a súa vixencia é total, son o maior expoñente de difusión de contidos e ademais está a producirse nelas un proceso de renovación tentando de que sexan máis participativas e interactivas atendendo as necesidades dos usuarios coas redes sociais e insertando entornos máis experienciais no que o visitante teña unha parte activa na visita a web, sempre con contidos de interese e empregando esas ferramentas para difundir os seus contidos dun xeito interesante, ameno e adecuado os tempos.

<http://www.googleartproject.com/es/>

O camiño continúa e a web 3.0 está preto, un concepto aínda por desenvolver, esta web 3.0 ou web semántica incluírá novas tecnoloxías da información e da comunicación que a bo seguro permitirá un maior acceso e difusión e contidos por moitas outras novas vías.

A exposición Valencia Terra de Comarques ou iniciativas feitas por National Geographic son outros dous interesantes exemplos de realidade aumentada aplicados en outros contextos.

## **Anexo. Algunhas recomendacións de estilo para unha boa difusión da información**

Para rematar, gustaríanos transmitir algunhas recomendacións para acadar unha axeitada presentación dos textos que desenvolvamos, sexa cal sexa o medio empregado, unha boa difusión dependerá non só de interese que susciten os contidos senón de que os textos elaborados sexan fáciles de ler.



Consultadas diferentes publicacións de asociacións de persoas con discapacidade e institucións que promoven a accesibilidade, as seguintes premisas axudarán a que a maior parte das persoas, con algunha discapacidade ou non, teñan fácil acceso ós contidos que publicuemos:

No referido ós carácteres: recoméndase que se empregue un tamaño mínimo de 12 puntos, evitando as letras cursivas e aquelas que sexan demasiado ornamentais. O tipo de letra de tipo Arial ou Helvética, sen ser tipo “serif” son as máis recomendables, e non deben empregarse diferentes tipos nun mesmo texto. Se pretendemos resaltar algunha parte do texto e mellor empregar a negriña ou subliñado.

No que respecta a composición dos textos: as liñas non deben ser nin alongadas nin condensadas para incluír máis ou menos información nunha mesma liña, os textos deben aliñarse a esquerda, tentar de non superpoñer texto sobre imaxes e tentar sempre conseguir un bo contraste entre o texto e a cor de fondo sobre o que se escribe.

En canto a redacción dos textos xa adiantamos antes no apartado das blogues e aquí abundamos un pouco máis: a linguaxe debe ser sinxela, sen empregar palabras técnicas a non ser necesario e en caso de selo debe explicarse axeitadamente, sempre empregar as formas activas dos verbos e as frases afirmativas, que non empreguen o punto e coma, que estas non sexan demasiado longas e non conteñan máis dunha idea por cada unha e nunca dar por suposto que o lector ten coñecementos previos sobre o tema a tratar.

As imaxes que empreguemos non deben poñerse como fondo do texto, tentar que sexan en cor e estar ben enfocadas, no caso de empregar esquemas ou debuxos, os trazos deben ser sinxelos e cun trazo de bo grosor.

E por último, sempre que teñamos que incluír cifras nos nosos contidos: non escriba os números en letra, empregar porcentaxes ou cifras moi altas pode

resultar non doadamente comprensible polo que se é posible emprega frases como “algunha xente pensa que...” “a grande maioría considera...”, tenta evitar tamén os números romanos e sempre que escribas números de teléfono debes separalos ( exemplo: 956 23 41 79)

Son estas unha serie de recomendacións que deben se tidas en conta, non resulta difícil facelo desta maneira e conseguiremos que os contidos desenvolvidos cheguen ó máis amplo espectro de poboación posible, satisfacendo as necesidades específicas daquelas persoas que o poidan demandar sen ir en detrimento de calidade senón todo o contrario, outorgándolle un valor engadido e ampliando o espectro de persoas sobre os que facer difusión.

## Bibliografía

*Toda a información contida neste documento foi extraída de Internet apoiado da documentación e directrices facilitadas pola UNED no seu curso de Community Management en relación a redes sociais e entorno WEB 2.0.*