

Redes sociales en la universidad: profesionales, académicas y de lectura¹

Social Networks at the University: professional, Academic and Reading Ones

JOSÉ ROVIRA COLLADO

Universidad de Alicante

España

jrovira.collado@gcloud.ua.es

(Recibido: 20-11-2015;
aceptado: 29-02-2016)

Resumen. Con la generalización de los dispositivos móviles como los teléfonos inteligentes y las tabletas, una gran parte del acceso a Internet se produce a través de las redes sociales que ocupan gran parte del tráfico de la red y del tiempo que pasan en ella sus usuarios. A pesar de su importancia, las universidades todavía están en un proceso de adaptación inicial y se desperdician muchas de sus posibilidades de aprendizaje. En este trabajo hacemos una comparación entre algunas de las herramientas que nos permiten establecer redes sociales para la universidad. Partimos de espacios profesionales como *Linkedin* o *Google Plus* para continuar con las redes sociales académicas como *ResearchGate* o *Academia.Edu*. Para finalizar presentamos las redes sociales de lectura como un nuevo reto para la educación lectora, un espacio natural para la Lectura Social con espacios para todos los perfiles como el profesional de *Lectylab* o los primeros lectores en *Leoteca*.

Palabras clave: *Redes sociales; universidad 2.0; conectivismo; lectura social.*

Abstract. With the spread of mobile devices like smartphones and tablets, a large part of the Internet is through social networks that occupy much of the network traffic and time spent on it. However, universities are still in a process of initial adaptation and wasted many of their learning opportunities. In this paper we compare some of the tools that allow us to establish social networks for college. We start with professional spaces as *Linkedin* or *Google Plus* to continue with academic social networks like *ResearchGate* or *Academia.Edu*. Finally social networks present reading as a new challenge for reading education, a natural space for Social Reading with spaces for all profiles as professional like *Lectylab* or early readers in *Leoteca*.

Keywords: *Social networks; university 2.0; connectivity; social reading.*

¹ Para citar este artículo: Rovira Collado, José (2016). Redes sociales en la universidad: profesionales, académicas y de lectura. *Álabe* 13. [www.revistaalabe.com]
DOI: 10.15645/Alabe2016.13.4

1. Introducción

Entre 2010 y 2015, los servicios y dinámicas de acceso a Internet, con la generalización de la banda ancha, la tecnología 4G y los proyectos globales de acceso a la red, se han transformado totalmente, tanto en el uso de dispositivos, consolidándose el acceso a través de teléfonos inteligentes, tabletas y ordenadores portátiles, como en los programas principales, con el gran éxito de servicios de redes sociales como *Facebook*, microblogging como *Twitter* o mensajería instantánea como *Whatsapp* que se han convertido en la vía de acceso principal a los contenidos para muchos usuarios.

Internet se ha confirmado como la gran biblioteca global que nos permite acceder a infinidad de contenidos de cualquier tipo. Dentro del mundo académico, la filosofía del acceso abierto (*Open Access*) ha comenzado a democratizar el conocimiento y en la actualidad tenemos acceso a millones de recursos pedagógicos para todas las áreas de conocimiento, vídeos y tutoriales con explicaciones para casi cualquier asignatura universitaria y monografías y artículos científicos del más alto nivel.

El desarrollo del concepto de Alfabetización Informacional como proceso de aprendizaje para cualquier internauta, y requisito indispensable de cualquier persona relacionada con la universidad, junto con el apoyo de las ciencias de la documentación para aprender a gestionar toda la información disponible y el uso de nuevas dinámicas y programas como las redes sociales para la difusión del conocimiento, se han convertido en campos de investigación en constante crecimiento, siendo retos ineludibles de la Educación Lectora del siglo XXI. En nuestro caso, nos ocuparemos de la importancia de estas últimas, las redes sociales como herramientas fundamentales de lo que llamaremos *Universidad 2.0*.

Frente a la implantación generalizada de estas herramientas y las dinámicas en la sociedades tecnológicamente desarrolladas, las universidades, en su conjunto, y a pesar de la difusión del proyectos digitales como las universidades online y los MOOC (Cursos Masivos Abiertos y en Línea en inglés), el asentamiento de los repositorios institucionales en abierto y los primeros pasos del *Mobile Learning* (Lara y Camacho 2011), se encuentran todavía en los primeros pasos en la integración de los servicios de redes sociales en su dinámica general de funcionamiento como centros de creación y difusión del conocimiento.

En esta investigación presentamos los resultados de un proceso de selección y análisis de los principales espacios y sobre todo de las dinámicas de interacción que nos proponen para los universitarios. La metodología parte de una observación no estructurada de los usos y el conocimiento de las distintas herramientas del alumnado del Máster de Formación del Profesorado y del Máster de Investigación Educativa, así como de distintos docentes de distintas universidades. La estructura del trabajo se basa en una comparación de los distintos servicios y una evolución de los mismos a través de tres líneas principales: en primer lugar presentaremos los servicios “profesionales”, donde cual-

quier persona puede crear su perfil para entrar en contacto con otros perfiles similares de cualquier ámbito laboral. En segundo lugar, presentamos las puramente académicas, que aprovechando las dinámicas sociales de las redes generalistas, se centran directamente en la labor investigadora de la universidad. Estas últimas son de reciente creación pero ya se han consolidado como un instrumento más para la evaluación del profesorado. Después de estas mencionamos también los servicios de redes verticales centrados en la didáctica y la investigación. En tercer y último lugar presentamos otro espacio, bastante desconocido, el de las redes sociales de lectura, donde el elemento central son los textos, sus autores y sobre todo los lectores y lectoras, representando una oportunidad fundamental para el desarrollo de la Educación Lectora.

Pretendemos que sea algo más que una presentación de recursos divulgativa por lo que haremos una selección de los recursos y presentaremos algunos ejemplos de actuación destacados. El objetivo principal del trabajo no es en sí demostrar la importancia de dichos espacios, sino animar al usuario a darse de alta en estos y participar de sus posibilidades.

2. Marco Teórico

A lo largo de esta investigación nos hemos basado en múltiples perspectivas y referentes para desarrollar el análisis de las posibilidades de las distintas redes sociales. A continuación presentamos algunos conceptos centrales para nuestra descripción.

Universidad 2.0

Al igual que en muchos ámbitos de la sociedad, el concepto de *Web 2.0*, acuñado por Tim O'Reilly en 2004, ha servido para etiquetar las nuevas transformaciones de la red, donde la participación del individuo y la interacción social es fundamental. Aunque es un término con obsolescencia programada, ya que pronto encontramos dinámicas 3.0, más relacionados con la *Web Semántica* o 4.0, con el *Aprendizaje Ubicuo*, consideramos que todavía podemos usar el concepto 2.0 para describir el espacio de transformación producido por los cambios en Internet.

En 2009, el profesor Andrés Pedreño, creador de la *Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes* (1999) o de *UniMOOC* (2012) destacaba los objetivos principales de esta nueva universidad:

- Mentalizar al profesorado de que el conocimiento es abierto.
- Apostar decididamente por el aprendizaje activo.
- Dar el mayor protagonismo y capacidad de iniciativa al alumnado en los procesos de aprendizaje y en la toma de decisiones.
- Desarrollar redes especializadas de aprendizaje abiertas donde sea relevante la interacción entre sí del alumnado (de dentro y fuera de la universidad), y fomentar el trabajo y aprendizaje colaborativo.

- Integrar de lleno el concepto de red social en el ámbito universitario.
- Dejar que nos enseñen el nuevo alumnado, los llamados “nativos digitales” cómo quieren aprender. (Pedreño, 2009).

Posteriormente, el mismo investigador ha seguido desarrollando el concepto de *Universidad 2.0* con distintas iniciativas, principalmente en la Universidad Internacional Menéndez Pelayo, como el seminario *Universidad 3.0: smart campus y nuevos modelos de innovación educativa* (UIMP, 2014) o el encuentro *Smart University 4.0. La realidad cuántica de la universidad del futuro* (UIMP, 2015). Entre las nuevas aportaciones, podemos destacar las siguientes ideas (Pedreño 2014):

- Las universidades deben ser proactivas con los MOOCs y asimilar su naturaleza disruptiva. Renovación de las enseñanzas presenciales.
- La investigación y nuestras ediciones digitales deben ser abiertas y socialmente relevante
- Formación flexible y adaptada a la demanda. La hibridación de conocimientos y la demanda digital
- El posicionamiento de las universidades ante los sectores de futuro.

Como podemos observar, la utilización de las redes sociales y sus dinámicas es un requisito en primera instancia, que afecta a todos los cuerpos de la universidad desde el personal docente e investigador, al personal de administración y servicios, hasta el alumnado de cualquier titulación y área de conocimiento. Los cursos de formación para cualquier persona se suceden constantemente, pero todavía no hay, excepto en casos excepcionales, una política institucional definida. El alumnado integra ya las nuevas dinámicas en su proceso de aprendizaje, y el profesorado intenta aprovechar las múltiples herramientas, pero muchas veces sin el apoyo o la formación necesarios.

Conectivismo, o aprendizaje en red

Aunque es un planteamiento muy reciente y todavía con múltiples claroscuros, consideramos que la teoría conectivista es la que mejor describe los cambios producidos en el aprendizaje actual. Stephen Downes y George Siemens plantean la necesidad de incluir a las tecnologías digitales en la ecuación de la educación actual, como un factor de transformación fundamental. Esta teoría recoge ideas del cognitivismo, del constructivismo, de las teorías de sistemas o del caos, entre otras e integra el aprendizaje mediado por los dispositivos digitales como una realidad ineludible. Diego Leal (2007), traduce los principios del conectivismo lanzados por George Siemens en 2004:

- El aprendizaje y el conocimiento dependen de la diversidad de opiniones.
- El aprendizaje es un proceso de conectar nodos o fuentes de información especializados.
- El aprendizaje puede residir en dispositivos no humanos.
- La capacidad de saber más es más crítica que aquello que se sabe en un momento dado.

- La alimentación y mantenimiento de las conexiones es necesaria para facilitar el aprendizaje continuo.
- La habilidad de ver conexiones entre áreas, ideas y conceptos es una habilidad clave.
- La actualización (conocimiento preciso y actual) es la intención de todas las actividades conectivistas de aprendizaje.
- La toma de decisiones es, en sí misma, un proceso de aprendizaje. El acto de escoger qué aprender y el significado de la información que se recibe, es visto a través del lente de una realidad cambiante. Una decisión correcta hoy, puede estar equivocada mañana debido a alteraciones en el entorno informativo que afecta la decisión.

Bacon, Dunbar y Erdős.

La teoría de los seis grados separación, citada normalmente como la teoría de Kevin Bacon, indica que solamente necesitamos seis nodos o enlaces para establecer contacto con cualquier persona del mundo. Aunque esta idea fue lanzada por Frigyes Karinthy en su obra *Chains* en 1929, podemos destacar que una de las primeras herramientas sociales *SixDegrees.com*, creada en 1997, se basaba en esta idea. En la actualidad, y gracias a las redes sociales los pasos necesarios no llegan a cinco.

Existe otra teoría, más relacionada con el mundo de la ciencia y la investigación académica conocida como el Número de Erdős que fue un famoso científico húngaro, autor de más de 1.500 artículos sobre matemáticas en los que trabajó con investigadores de todo el mundo. Ese número hace referencia al grado de colaboración en la investigación científica: a las personas que escribieron un artículo con él, se les asignó un número Erdős 1. A los matemáticos que escribieran un artículo con alguien que había escrito un con Erdős, tenían un número Erdős 2, y así sucesivamente.

Otro aspecto relevante es el número de Dunbar referido al tamaño y conformación de redes. Esta cifra se refiere al número de contactos óptimo de cualquier red social. En 1992, el antropólogo británico Robin Dunbar llegó a la conclusión de que el poder cognitivo del cerebro limita el tamaño de la red social estable que un individuo puede establecer. Extrapolando los tamaños del cerebro y las redes sociales de los primates, sugirió que el ser humano puede tener redes estables de alrededor de ciento cincuenta contactos. Posteriormente Cameron Marlon, académico del MIT, indicó que el número medio de contactos en sitios como *Facebook* es de ciento veinte, entendiendo esta relación como un contacto bidireccional y persistente en el tiempo, no un simple contacto esporádico o el seguir a otra persona.

Lectura Social y LIJ 2.0

Por último, y sobre todo relacionado con las últimas redes que describiremos, debemos citar los conceptos de Lectura Social (Alonso y Cordon, 2014), *Lectura 2.0* (Lluch 2014a) y *Literatura y Lectura Infantil y Juvenil en la Web Social o LIJ 2.0* (Rovira-Collado, 2011). Todos ellos analizan cómo se produce la lectura en los nuevos soportes digitales, donde la participación del lector es inmediata a través de múltiples dinámicas.

En el *Diccionario de Nuevas Formas de Lectura y Escritura (DINLE, 2013)*, José Antonio Cordón y Raquel Gómez la definen así: “La lectura social o colaborativa es aquella que se desarrolla en plataformas virtuales configurando una comunidad que desarrolla formas de intercambio diversas, compartiendo comentarios, anotaciones, valoraciones, etiquetas y, en algunos casos, libros y lecturas.”

La web social nos permite ampliar las formas de lectura y escritura en Internet, intercambiando obras y comentarios inmediatamente y con personas de todo el mundo, siendo las nuevas redes sociales de lectura el último espacio de desarrollo (Rovira-Collado 2015). Eloy Martos (2010), a la hora de analizar las distintas transformaciones dentro de la cibercultura, destaca las posibilidades de Internet para ampliar el concepto de cultura letrada:

En eso se diferencia de la visión de la cultura letrada tradicional, que fomentaba formas de sociabilidad restrictiva, que derivaba hacia el mundo profesional (los salones, cafés o clubes) o doméstico (el hogar como espacio de intimidad). En cambio, como hoy percibimos en internet, lo privado y lo público a menudo se solapan, recuperando esa sociabilidad anónima de la calle, de la “plaza pública”, en los términos en que la describe Bajtin (1987). Internet, en efecto, sirve de escaparate, encrucijada y medio de difusión de todas estas prácticas (Martos, 2010, 7).

Aprovechar estas dinámicas de socialización de la lectura a través de Internet es un requisito para el nuevo alumnado de cualquier nivel y es imprescindible incluir en este sentido la lectura literaria, como veremos en las últimas redes. Carlos Guerrero, respecto a la lectura digital de literatura comenta:

Uno de los grandes retos del docente de lengua y literatura radica en no sustraerse a la realidad de sus alumnos, realidad llena de nuevos recursos y formas de comunicación. En este sentido, considero esencial que el docente construya estrategias de lectura que motiven el desarrollo de la imaginación y la creatividad, a la vez que incentiven sugerencias y significados que permanezcan abiertos a la pluralidad de lecturas que admite el texto literario (Guerrero, 2015, 36).

3. Redes en la Universidad

Facebook está contribuyendo a la alfabetización digital por caminos inéditos (caracterizado por el casi nulo costo cognitivo, la casi no intersección entre una proporción enorme de usuarios y otros usos de la web, a excepción del correo electrónico, o la potencial aparición de redes sociales de segunda generación temáticas y de nicho -usando plataformas como *Ning*- para las cuales *Facebook* sería la propedéutica y el entrenamiento, necesario pero pasajero – Facebook es una poderosa herramienta de alfabetización digital inocua y transparente (Piscitelli, 2010).

La anterior cita proviene del proyecto *Facebook* y la *PostUniversidad* del filósofo argentino Alejandro Piscitelli, que es posiblemente uno de los mayores expertos en la

introducción de la tecnología en el ámbito pedagógico y social de la universidad. Estamos totalmente de acuerdo con las enormes oportunidades del “libro de las caras” como red de redes y su facilidad de uso que sirve como aprendizaje previo a otras herramientas. Es tal la atracción de la herramienta que es útil tanto para jóvenes, que se dan de alta antes incluso de la edad permitida, como de personas de la tercera edad, que después de un rechazo inicial a Internet, han descubierto un gran flujo de información gracias a esta herramienta. Debemos recordar que la misma *Facebook* se creó como una red universitaria y su enfoque inicial tenía al alumnado como su público objetivo. Sus más de mil trescientos millones de perfiles la convierten en el gigante de los servicios de redes sociales. Aunque también es usada de manera profesional y nos puede ofrecer investigaciones muy interesantes como la de los libros más leídos (*Facebook Data Science 2014*) no la incluiremos en nuestro análisis, ni tampoco *Twitter*, que también es una excelente herramienta para la comunicación académica (Lluch 2014b).

La mayoría de la información de las distintas redes la hemos obtenido de las propias páginas o de la información recogida en las distintas ediciones del *Congreso Internacional sobre Redes Sociales* (<http://www.iredes.es/>) que en 2016 llega a su quinta edición. Para la clasificación y análisis de las redes sociales partimos de los trabajos de Juan José De Haro (2010) y de su blog *Educativa*, que sigue siendo un espacio de referencia para el análisis de las redes sociales en la educación como podemos ver en la siguiente entrada: (<http://jjdeharo.blogspot.com.es/2010/03/redes-sociales-educativas.html>).

Gómez, Roses y Farias (2012) hacen un acertado análisis del uso de las redes por parte del alumnado universitario y demuestran una percepción positiva ante los docentes que la utilizan. Sin embargo todavía no se ha explotado estas herramientas como recurso docente y la mayoría del alumnado solamente se centra en las anteriores dos, sin conocer en su gran mayoría las que trataremos a continuación. Sí que queremos destacar que muchos docentes que han sido contrarios durante muchos años a las redes sociales generalistas y las consideraban una pérdida de tiempo, ante los requisitos de las distintas evaluaciones de la investigación, se lanzan ahora a crear sus perfiles en las redes sociales académicas.

Redes profesionales: LinkedIn

Para comenzar consideramos fundamental conocer las posibilidades de *LinkedIn* (<https://www.linkedin.com>). Fundada en 2002 y lanzada en mayo 2003 por Reid Hoffman, Allen Blue, Konstantin Guericke, Eric Ly y Jean-Luc Vaillant, tiene más de 300 millones de usuarios y es el instrumento fundamental para la búsqueda y oferta de empleo en los sectores tecnológicos. Dentro de la propia plataforma podemos encontrar infinidad de grupos centrados en múltiples temáticas, siendo un desarrollo posterior de todas las redes sociales pero imprescindible para hacer las comunidades más manejables. Por ejemplo, encontramos el grupo “Cómo usar las redes sociales en el aula 3.0” (https://www.linkedin.com/grp/home?gid=4457861&trk=my_groups-tile-grp) que puede ser un espacio de aprendizaje muy interesante para cualquier docente universitario que quie-

ra incluir las redes en su aula. En este mismo sentido la profesora Camino López García lanzó un curso en la Universidad de Salamanca en 2012 para introducir las redes en el aula, donde también había espacio para las posibilidades de *LinkedIn* (<http://cursore-desocialesaula.blogspot.com.es/p/linkedin.html>).

En cada una de las redes que hemos analizado mencionaremos un perfil destacado, que nos sirva de modelo de actuación. En este caso nos decantamos por el de Juan Ángel Conca (<https://es.linkedin.com/in/jaconca>) especialista en la gestión de redes sociales profesionales y cuyo perfil está entre el 1% de los más destacados. Su uso activo de la red le permite aparecer en múltiples búsquedas que facilitan los contactos laborales de cualquier tipo.

Además en 2015 *LinkedIn* adquirió el mayor repositorio de presentaciones, *Slideshare* (<http://www.slideshare.net/>). Esta herramienta ha servido duramente muchos años como soporte a la docencia en distintos niveles y en ella encontramos presentaciones de todo tipo, la mayoría de carácter profesional o didáctico y dispone de muchos documentos en abierto que pueden ser aprovechados incluso en niveles universitarios. También recientemente *LinkedIn* ha lanzado *Lynda* (<http://www.lynda.com/>) una plataforma de cursos *online*. En la actualidad dispone de casi quinientos cursos y más de 18.000 vídeo tutoriales de muy distintas áreas de conocimiento.

Redes profesionales: Google Plus y Google Scholar

Google, el gran buscador de Internet y vía de acceso de muchos usuarios, pronto comprendió la potencialidad de las redes sociales y lanzó sus productos en este sentido. Por ejemplo *Google Wave* (<https://wave.google.com/> 2008-2010 inactivo en la actualidad) fue un primer intento de gestionar los documentos y los contactos de una forma colaborativa con tintes de red social. Anteriormente ya habían lanzado *Google Reader*, (<https://www.google.com/reader/about/> 2005-2013, inactivo) que duramente un tiempo fue el principal lector de fuentes para gestionar toda la información de la blogosfera. El lanzamiento de *Google Plus* en 2011, parecía que podía terminar en otro proyecto fallido, a pesar de la inversión de la compañía y con alicientes tan interesantes como la posibilidad de estructurar los contactos por círculos de intereses. Pero gracias a la adquisición de *Youtube* y el éxito del sistema operativo *Android* para muchos terminales móviles, ha supuesto la consolidación de la herramienta como la segunda red social con más de quinientos millones de usuarios según los datos de *Iredes 2015* y cada vez integra más servicios de la misma como el correo de *Gmail*, los blogs en *Blogger* o las videoconferencias de *Hangout*. La integración de tantas opciones nos permite disfrutar de una plataforma social para la distribución de contenidos. Desde una perspectiva académica, por ejemplo, podemos citar la comunidad denominada *Realidad Aumentada para Aumentar la Formación* (<https://plus.google.com/u/0/communities/102143147822806126247>) administrada por el profesor Julio Cabero de la Universidad de Sevilla y vinculada a su proyecto de investigación RAFODIUN (EDU2014-57446-P), que cuenta con más de

cuatrocientos participantes que intercambian, a través del muro de la misma, información sobre Realidad Aumentada.

Otro producto muy relevante de *Google* y que nos servirá de enlace con las redes académicas es *Google Académico* o *Scholar* (<https://scholar.google.es/>). Lanzado en 2004 es posiblemente junto *Google Books* (<https://books.google.es/>) el desembarco de *Google* (también de 2004) en el ámbito académico. Siguiendo la tecnología y dinámicas del gran buscador, se lanzó como un motor de búsqueda de referencias académicas similar a los modelos iniciales como *Scirus* (desaparecido en 2013) o *CiteSeer*. El motor de búsqueda aprovecha la tecnología del buscador para localizar e indexar documentos científicos y ofrecerlos por búsquedas de términos o frases concretas. Además ofrece muchísima información sobre las distintas revistas académicas e indicios de calidad como el polémico *Índice H*. Esta funcionalidad es la que proporciona índices de citas que antes solamente estaban disponibles en *Scopus* y en *Web of Knowledge*.

Pero además esta herramienta de búsqueda fue de las primeras en permitir la creación y gestión de un perfil personal y la posibilidad de relacionarlo con otros. Por lo tanto podemos incluirlo también en la categoría de redes sociales académicas ya que es una herramienta fundamental en aumentar la visibilidad del investigador (Alonso, 2016). En este sentido, por ejemplo podemos citar el perfil de Julio Alonso-Arévalo (<https://scholar.google.es/citations?user=i-t5eX4AAAAJ&hl=es&oi=ao>) de la Universidad de Salamanca como un modelo de actuación acertado en el uso del perfil personal de *Google Scholar*:

Antes de continuar con las redes sociales propiamente universitarias, debemos recordar que existen otros instrumentos para dar visibilidad a la trayectoria científica de cualquier investigador, como son los códigos científicos *Orcid* (<http://orcid.org/>) de acceso abierto y *Researcher Id* (<http://www.researcherid.com/>) promovido por Thomson Reuters y que son cada vez más utilizados como índices de calidad de la investigación en cualquier evaluación de la misma. Sin embargo, no disponen de las posibilidades de gestión del perfil ni de interacción que sí han ido incorporando las redes sociales académicas que describiremos a continuación.

Redes académicas: Mendeley

Podemos considerar a *Mendeley* (<https://www.mendeley.com/>) como la primera red social académica, aunque nace en 2008 como un gestor de referencias y de documentos electrónicos para la investigación. En 2013 fue adquirida por el grupo editorial *Elsevier* que la adaptó para sustituir a *Scirus* y en 2015 contaba con más de cuatro millones de usuarios y más de cien millones de documentos disponibles. En 2013 también lanzó un proyecto colaborativo para identificar en un mapa los flujos mundiales de la investigación académica (<http://labs.mendeley.com/collab-map/> inactivo). Con el asentamiento de las redes sociales generalistas, el gestor de referencias ha ido adaptando funcionales sociales, enriqueciendo los perfiles personales y permitiendo crear grupos de intereses

comunes (<https://www.mendeley.com/groups/>). Es una herramienta con un gran potencial que por desgracia hasta ahora había sido solamente valorada desde el ámbito de la biblioteconomía y las ciencias de la documentación.

Redes académicas. ResearchGate

Según los datos de la propia *ResearchGate* (<https://www.researchgate.net/>), esta cuenta con más de 80 millones de publicaciones y 9 millones de usuarios. Creada en 2008 por Ijad Madisch, Sören Hofmayer y Horst Fickenscher sí está creada directamente como una red social científica con el objetivo de difundir las publicaciones académicas pero con las funcionalidades y dinámicas de una red social, donde cada usuario crea su perfil y se genera una línea del tiempo donde aparecen las publicaciones del grupo de contactos. La riqueza de estas redes es la autopublicación por parte de los usuarios de sus propios trabajos, en un entorno académico, dando un paso más en la filosofía *Open Access*, pero respetando siempre los derechos de autor. Siendo herramientas muy jóvenes, podemos observar una rápida evolución de los servicios, incorporando nuevas funcionalidades e integrando la posibilidad de interactuar con otras herramientas como *Twitter* o *Facebook*. Como ejemplo de perfil hemos seleccionado el del profesor de Didáctica de las Matemáticas Salvador Llinares Ciscar de la Universidad de Alicante (https://www.researchgate.net/profile/Salvador_Ciscar) ya que nos ofrece una puntuación de 17.36 en el *RG Score*, que el sistema de medición del investigador de la plataforma, según distintos índices (publicaciones, citas, preguntas, respuestas, interacción o seguidores). Entre las opciones más destacadas de la red están las preguntas, con más de 200.000 y un millón de respuestas en 2015, donde cualquier investigador puede lanzar una pregunta de investigación y muchas reciben comentarios y respuestas en menos de una semana. Para la organización de la información podemos también participar en grupos y buscar información según los distintos tópicos con los que son etiquetadas las publicaciones. Por ejemplo bajo el término *Children's Literature* (https://www.researchgate.net/topic/childrens_literature) encontramos 177 perfiles de investigación y 20 debates.

Otra funcionalidad muy interesante, que enlaza con las anteriores redes profesionales es la oferta de empleo (<https://www.researchgate.net/jobs>). Con esta opción, cualquier entidad registrada puede ofrecer sus plazas y becas y universidades y centros de investigación. Estas ofertas aparecen en el perfil de los usuarios según los intereses que hayan declarado.

Redes académicas: Academia.edu

La última propuesta dentro de esta categoría es *Academia.edu* (<http://www.academia.edu/>). Lanzada también en 2008 por Richard Price desde California se ha convertido en la red académica de más éxito. La propia web se presenta con los siguientes números en febrero de 2016:

Academics use Academia.edu to share their research, monitor deep analytics around the impact of their research, and track the research of academics they follow. 33.237.756 academics have signed up to Academia.edu, adding 10.167.791 papers and 1.823.991 research interests. Academia.edu attracts over 36 million unique visitors a month.

A pesar de su juventud también está inmersa en un constante proceso de transformación, incorporando nuevos servicios y ofreciendo una interfaz cada vez más sencilla. Como perfil seleccionado, citamos el del profesor de la Universidad de Salamanca José Antonio Cordon (<https://usal.academia.edu/JoséAntonioCordon>) un claro ejemplo de difusión de la investigación y de trabajo colaborativo con otros investigadores. Al igual que las otras redes, nos permite seguir temas de interés e identificarnos como investigadores de una universidad o de un área de conocimiento. También ofrece debates sobre trabajos específicos y una sección de “Analíticas” (<https://www.academia.edu/analytics>) muy interesante que nos indica desde dónde han llegado las visitas a nuestro perfil y cuáles han sido las palabras clave para identificarlo semánticamente, además de un completo sistema de avisos a través del correo electrónico.

Entre las distintas funcionalidades, los usuarios más activos pueden recibir una insignia por estar entre el 5% o el 2% de perfiles más destacados de su área de conocimiento, aunque es un indicador que no se basa en la interacción real con los documentos alojados, sino principalmente con las visitas. Por su facilidad de acceso y publicación es la más adecuada para docentes que no han practicado con otras redes sociales y también para los investigadores en formación.

Redes Sociales de Investigación y Docencia

Otro espacio muy importante son los servicios de redes sociales verticales, que nos permiten crear espacios sobre intereses concretos, donde el usuario puede ocupar la labor de administración, docente, facilitador... Entre ellas encontramos espacios de investigación y docencia. Por ejemplo podemos citar *Internet en el aula* (<http://internet-aula.ning.com/>) la comunidad educativa sobre TIC en Educación más grande en lengua española con más de 15.000 miembros. Como redes de investigación también destaca la *Red de la Cátedra Unesco de Educación a distancia* (<http://redcued.ning.com/>) con casi tres mil investigadores dados de alta. También el *Encuentro Internacional de Educación 2012-2013* titulado “¿Cómo debería ser la educación del siglo XXI?” (<http://encuentro.educared.org>) y patrocinado por *Telefónica* utilizó esta herramienta para alojar todos los materiales y debates generados en ese proyecto a lo largo de dos años.

La mayoría de estos espacios son gestionados por la herramienta Ning. Sin embargo, al pasar dicha plataforma a un sistema de pago, muchos espacios se dieron de baja como por ejemplo <http://lecturasylectores.ning.com/> (no activo) una red social para docentes de lengua y literatura directamente relacionada con el siguiente grupo. Existen sistemas de gestión de redes sociales verticales alternativos como puede ser *Gnos*

(<http://www.gnoss.com/home>). A través de este servicio de la red podemos darnos de alta en redes como *Didactalia* (<http://didactalia.net/comunidad/materialeducativo>) con más de diez mil recursos para el aula de lengua y literatura o la comunidad *Ineverycrea* formada por docentes y profesionales de la educación que crean, desarrollan y comparten recursos educativos originales (<http://ineverycrea.net/comunidad/ineverycrea>).

Redes de Lectura

La última tipología de redes de nuestro análisis, pero la que está directamente relacionada con la labor de la Red Internacional de Universidades Lectoras, es la de redes sociales de lectura. Con *Goodreads* (<https://www.goodreads.com>) como principal ejemplo, respaldada por el gigante de la distribución *Amazon*, estas redes se basan en facilitar las relaciones digitales de los lectores, que configuran espacios de debate, clubes de lectura y otras muchas dinámicas de animación lectora a través de Internet, siendo el texto literario el eje de la interacción en estas redes. Manuel Vázquez Medel (2010) recuerda la importancia de Internet en la difusión de actividades en torno a la promoción lectora en las universidades:

La utilización de los sitios web tanto de la Universidad como de los diferentes Centros, así como tabloneros de anuncio, paneles electrónicos de información, etc. Son otros tantos impulsos que no sólo deben marcar el comienzo de la iniciativa, sino saber renovarse creativamente para seguir de reclamo e instrumento de información sobre las distintas actividades. (Vázquez Medel 2010, 9)

A continuación presentamos una tabla con algunas de las principales redes sociales de lectura según el mapa de *Iredes* de 2014. La versión de 2016 solamente sigue recogiendo las dos grandes redes norteamericanas, pero los datos de usuarios no han cambiado de forma significativa.

Nombre	Usuarios/as	Temática	Origen	Año creación	Dirección
<i>Biblioeteca</i>	25.000	Literatura	España	2010	http://www.biblioeteca.com/
<i>Librofilia</i>	25.000	Literatura	España	2008	http://www.librofilia.com/
<i>Entrelectores</i>	49.230	Literatura	España	2010	http://www.entrelectores.com/
<i>Lecturalia</i>	67.904	Literatura	España	2009	http://www.lecturalia.com/
<i>Librarything</i>	1.700.000	Literatura	EEUU	2005	https://www.librarything.com/
<i>Goodreads</i>	25.000.000	Literatura	EEUU	2006	http://www.goodreads.com/

Datos redes sociales de lectura <http://www.iredes.es/mapa/2014>

Estas herramientas se basan en la dinámica de las redes sociales, aunque existen otros espacios como las plataformas de distribución, los repositorios de obras y las aplicaciones móviles que también incluyen posibilidades sociales como *Anobii* (<http://www.anobii.com/>) o la española *24symbols* (<https://www.24symbols.com/>). Araceli García (2013) hace un completo análisis de estos espacios y la importancia de usar las redes sociales como herramientas de promoción lectora:

Si hay un factor decisivo al que pueden contribuir los portales de distribución y venta para que la LIJ digital sea cada vez más visible, es la posibilidad de utilizar las redes sociales para incluir comentarios, opiniones, libros favoritos, etc. Niños y jóvenes demandan, cada vez más, poder compartir sus lecturas y comprobar que opinan sus semejantes sobre ellas. Además, las redes sociales pueden ayudar a crear expectación o interés por determinadas obras, al tiempo que los editores pueden conocer de primera mano las opiniones de los lectores, adecuar sus catálogos e incluso personalizarlos. (García Rodríguez, 2013, 15)

En la anterior tabla encontramos citados cuatro ejemplos de redes de lectura de origen español: *Biblioeteca*, *Librofilia*, *Entrelectores* y *Lecturalia*. Sin embargo nosotros nos centraremos en dos modelos muy distintos como son *Lectylab* y *Leoteca*. En estas redes podemos encontrar fichas de obras y referencias y comentarios de los usuarios, pero no necesariamente el acceso a la obra tratada.

Lectylab (<http://lectylabred.com>)

Anteriormente conocida como *Lectyo*, esta es una red de los profesionales de la lectura lanzada por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez. Es de principios de 2014 por lo que la comunidad está en desarrollo, aunque tuvo una gran acogida en las primeras etapas. Díaz de Quijano (2014) usando el nombre original, se refiere a su rápido crecimiento:

Lectyo ha despegado con fuerza: lleva 10.000 usuarios registrados en las pocas semanas que lleva funcionando su versión de prueba, y se generan 500 contenidos (comentarios, fotos...) por hora. Aunque no tiene la intención de ser un club de lectura como *Lecturalia* o *Goodreads*, de forma espontánea muchos lectores se han unido a la plataforma y la utilizan para intercambiar lecturas recomendadas. (Díaz de Quijano, 2014).

Estamos ante una red social especializada, enfocada a profesionales del mundo de la lectura (bibliotecarios, docentes, escritores, editores...), por lo que las noticias (<http://lectylabred.com/noticias>) que nos ofrece son para un perfil profesional. Aunque es una red de lectura, la podemos considerar más un espacio de intercambio entre profesionales de la misma, por lo que hemos decidido citar el perfil de Natalia Arroyo (<http://narroyo.lectylabred.com/>), bibliotecaria especializada en los nuevos escenarios digitales, como modelo de participación en esta red. Además, este espacio tiene una sección específica de estudios y monografías centradas en las nuevas formas de lectura (<http://lectylabred.com/ebooks>), disponibles para cualquier usuario de la red.

Leoteca, (<https://www.leoteca.es/>)

Lanzada en abril de 2014, es la “primera comunidad lectora para niños y mayores en formato de red social” y se presenta de la siguiente manera:

Leoteca es una comunidad infantil donde la lectura se convierte en una actividad mucho más atractiva. Al unirse a *Leoteca*, al mismo tiempo que los más pequeños leen, también comparten sus experiencias con sus amigos, compañeros y profesores. Además, se puede consultar lo que ha leído un compañero, hacer sugerencias, comentar y votar los libros y realizar nuevas búsquedas para seguir leyendo según los gustos y expectativas de cada uno. *Leoteca* es un espacio dedicado a la literatura infantil especialmente pensado para la participación de los niños pero en el que los adultos también desempeñan un papel activo.

Aunque es también un espacio muy joven, presenta unas características muy interesantes por lo que también ha sido citada en trabajos de investigación. Alonso y Cerdón (2014) la describen de la siguiente manera:

Leoteca es una plataforma de seguimiento de lectura en forma de red social destinada al uso escolar y familiar. Ofrece una nueva vía imaginativa y atractiva para incrementar la motivación lectora de los niños. Cuenta con 35.000 libros de más de 300 editoriales. Los usuarios de *Leoteca* al mismo tiempo que leen comparten su experiencia con sus amigos y profesores. Además, pueden consultar qué ha leído un compañero, hacer sugerencias, comentar los libros y realizar nuevas búsquedas para seguir leyendo según sus gustos y expectativas. (Alonso y Cerdón, 2014, 20)

La selección de obras de las que dispone ficha para discutir, comentar o llevar al aula, está estructurada por la edad del lector directo:

- Libros para bebés (0+);
- Leo con mis padres (4+);
- Empiezo a leer (6+);
- Ya leo solo (8+);
- Soy un buen lector (10+);
- Soy un gran lector (12+).

Aunque el objetivo de esta red es ofrecer una plataforma de recomendación para el lector infantil, y así lo demuestra su diseño, la herramienta es usada principalmente por mediadores que quieren buscar información sobre las distintas obras de literatura infantil y juvenil. Consideramos que si la otra red es fundamental para la lectura universitaria y todas las personas relacionadas con ella, *Leoteca* es un espacio por descubrir para el alumnado de las Facultades de Educación, que serán los encargados de la Educación Lectora y Literaria del alumnado de las distintas etapas educativas. El perfil más destacado es el de *Leo el León* (<https://www.leoteca.es/inicio?idF=0>) la mascota de la red, que interacciona con el resto de usuarios. Además la propia red nos permite crear clases y actividades concretas (https://www.leoteca.es/tutor_grupos). Enseñar a utilizar estas redes desde

bien pequeños, y sobre todo para trabajar la lectura, puede traer muchos beneficios en la formación lectora del siglo XXI.

4. Conclusiones. Perspectivas de futuro

Como hemos visto, existe una amplia variedad de posibilidades para la universidad dentro del mundo de las redes sociales, más allá de *Facebook* o *Twitter*. Cada uno de estos espacios ofrece distintas alternativas de participación e interacción con otras personas a través de Internet.

Las redes profesionales son cada vez más necesarias para conseguir un trabajo adecuado a nuestra formación y expectativas. *LinkedIn* ya es una herramienta contrastada para el mercado laboral y un uso adecuado puede mejorar la empleabilidad de cualquier individuo en múltiples ámbitos de trabajo. El alumnado universitario, de cualquier titulación, puede aprovecharla para ofrecer un perfil atractivo más allá de la información académica.

Las redes académicas son un magnífico instrumento para la difusión de la producción científica y el intercambio de conocimiento, pero además se están convirtiendo en un requisito más en la carrera académica. La distribución de artículos científicos y monografías se ha dotado de una nueva herramienta donde la participación del autor y la filosofía del acceso abierto, son fundamentales. La propia *Academia.edu*, en sus listas de distribución, nos muestra una investigación que asegura que las publicaciones que se presentan en esta plataforma, reciben un 69% más de citas en menos de cinco años (*Academia.edu & Polynumeral, 2014*). El perfil del investigador universitario cuenta con un nuevo espacio para establecer contactos con otras personas de su área de conocimiento, pero sobre todo dispone de un escaparate imprescindible para la difusión de su obra.

Por último, las redes sociales de lectura pueden ser el nuevo reto de la formación lectora. Encontrar un espacio social, cuyo eje de interés sean los libros y que nos permita trabajar con fichas o crear nuevas actividades y debates sobre las lecturas significa un paso fundamental en la lectura social. En los ejemplos analizados hemos visto posibilidades tanto para lectores infantiles como para especialistas de la lectura, pero en las ofertas más generalistas como *Goodreads* o *Entrelectores* podemos encontrar infinidad de perfiles lectores y pruebas fehacientes de que las redes sociales también se pueden utilizar para la promoción de la lectura y su estudio académico.

Estas últimas son las que, por ahora, menos atención reciben del gran público, pero consideramos que nos ofrecen muchísimas posibilidades de interacción y desarrollo para todas las personas interesadas en la lectura.

Todas estas redes ya nos ofrecen resultados sobre el análisis de los macrodatos (Big Data) del uso que realizan los miles de usuarios. Este tipo de análisis tendrá gran importancia también en el ámbito de la lectura. Desde los múltiples ámbitos de investigación de la lectura (centros escolares, bibliotecas, universidades, proyectos de promoción lectora...) son espacios que debemos explotar para conocer mejor las nuevas formas de interacción en la red.

Bibliografía

- Academia.edu & Polynumeral (2014). *Open Access Meets Discoverability: Citations to Articles Posted to Academia.edu* Recuperado el 20 de febrero de 2016 de https://www.academia.edu/12297791/Open_Access_Meets_Discoverability_Citations_to_Articles_Posted_to_Academia.edu.
- Adamic L. & Pinkesh P. (2010). *Facebook Data Science. Books that have stayed with us*. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <https://www.facebook.com/notes/facebook-datascience/books-that-have-stayed-with-us/10152511240328859>.
- Alonso-Arévalo, J. (2016). Acciones inmediatas para mejorar la visibilidad científica en *Universo Abierto* [Blog]. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://universoabierto.com/2016/02/20/acciones-inmediatas-para-mejorar-la-visibilidad-cientifica/>.
- Alonso-Arévalo, J. & Cerdón-García, J.A. (2014). Lectura Social, metadatos y visibilidad de la información. En *XLV Jornadas Mexicanas de Bibliotecología*, Monterrey. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://gredos.usal.es/jspui/handle/10366/123295>.
- Cerdón García, J.A. et al. (2013). *Social Reading: Platforms, Applications, Clouds and Tags*. Oxford, Chandos Publishing.
- Cerdón J. A. & Gómez Díaz R. (2013). Lectura social y colaborativa. En *Diccionario Digital de Nuevas Formas de Lectura y Escritura. DINLE*. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://dinle.eusal.es/searchword.php?valor=Lectura+social%2C+lectura+colaborativa>.
- De Haro, J. J. (2010). *Redes Sociales en Educación*. Madrid: Anaya multimedia.
- García Rodríguez, A. (2013). El papel de las plataformas de distribución y venta en la promoción del libro electrónico infantil y juvenil. *Anales de Documentación*, (16) 1 Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://digitum.um.es/jspui/handle/10201/30446>.
- Díaz de Quijano, F. (2014). Nace Lectyo, una red social para los profesionales del libro. En *El Cultural*, 24 enero 2014. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://www.elcultural.es/noticias/letras/Nace-Lectyo-una-red-social-para-los-profesionales-del-libro/5832>.
- Gómez M., Roses S. & Farias P. (2012) El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Revista Comunicar*. 38. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=38&articulo=38-2012-16>.
- Guerrero, C. (2015) Instrumentación didáctica de las TIC para la lectura del poema en *Las redes sociales como herramienta para la enseñanza de la lengua y la literatura. Textos de Didáctica de la Lengua y la Literatura*, n.70. Barcelona: Graó, pp. 31-36.

- Lara, T. & Camacho M. (2011). *Informe M-learning, en España, Portugal y América Latina. Scopeo*. Recuperado el 20 de febrero de 2015 de <http://scopeo.usal.es/investigacion/monograficos/scopeom003>
- Lluch, G. (2014a). Jóvenes y adolescentes hablan de lectura en la red. *Ocnos*, 11, pp. 7-20. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://www.revista.uclm.es/index.php/ocnos/article/view/441>.
- Lluch, G. (2014b). Twitter en la Comunicación Académica. En *GemmaLluch* [web]. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://www.gemmalluch.com/esp/twitter-en-la-comunicacionacademica/>.
- Martos Núñez, E. (2010) De la República de las Letras a Internet: de la Ciudad Letrada a la cibercultura y las tecnologías del S. XXI. *Álabe*, 1. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://revistaalabe.com/index/alabe/article/view/10>.
- Pedreño, A. (2009). ¿Qué puede ser la Universidad 2.0?: visión y estrategias de actuación *Utopías y realidades*, [blog]. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://utopias-realidades.blogspot.com.es/2009/08/universidad-20.html>.
- Pedreño, A. (2014). Los retos de la universidad 2.0. *Nueva Revista* Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://www.nuevarevista.net/articulos/los-retos-de-la-universidad-20>.
- Piscitelli, A. (2010). *Proyecto Facebook*. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://www.proyectofacebook.com.ar/usar-es-comunicar-la-arquitectura-es-lapoetica-de-la-interaccion-en-facebook-segunda-y-ultima-parte/>.
- Rovira-Collado, José (2015). Redes sociales de lectura: del libro de caras a la LIJ 2.0. En *Investigaciones sobre lectura ISL* 3. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://comprensionlectora.es/revistaisl/index.php/revistaISL/article/view/36/23>.
- Rovira-Collado, José, (2011). Literatura Infantil y Juvenil en Internet. De la Cervantes Virtual a la LIJ 2.0. Herramientas para su estudio y difusión. *Ocnos*, 7, pp. 137-151. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://www.revista.uclm.es/index.php/ocnos/article/view/216/0>
- Siemens, George (2004). Conectivismo: Una teoría de aprendizaje para la era digital. En *elearnspace.org* [Web]. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm> [Traducción Diego Leal (2007). Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://es.scribd.com/doc/201419/Conectivismo-unateoria-del-aprendizaje-para-la-era-digital>.

- Vázquez Medel, M. (2010). Las aulas de lectura: una propuesta global para el fomento de la lectura en/desde la Universidad. *Álabe* 2. Recuperado el 20 de febrero de 2016 de <http://revistaalabe.com/index/alabe/article/view/33>.