



¿Qué es tuenti?

Tuenti (“**tú** identidad”) es una plataforma de comunicación entre personas que se conocen, ya que funciona por invitación.

Desde la red y como en Facebook, tienes la posibilidad de subir fotos, comentar en los perfiles de amigos, estar conectado con ellos y con otras personas del mundo y realizar otras muchas actividades. De hecho, al tuenti se le ha llamado el Facebook español por la gran cantidad de usuarios que posee. Sin embargo, a diferencia de Facebook, tuenti toma como base la localización geográfica en tiempo real (al estilo de Twitter), el tiempo de permanencia de los usuarios es mucho mayor que en otras redes (2 horas frente a 45 minutos) y, todavía no hay perfiles de políticos o personalidades ya que es una red dirigida exclusivamente a la comunicación.

Desde hace poco, la red se ha abierto permitiendo que Google indexe algunas referencias en tuenti de determinadas compañías e instituciones.

Aunque España ocupa el puesto 22 entre los 27 países de la UE en cuanto a participación en redes sociales a través de Internet, el uso de tuenti ha crecido de forma exponencial desde el año 2006, fecha de su creación, y es la plataforma más utilizada en nuestro país.



¿Cómo funciona?

Sólo necesitas de una invitación para acceder a Tuenti. Una vez dentro, encontramos varias “salas”:

1. “Mi Perfil”

Desde aquí puedes subir una imagen que te identifique, datos personales, gustos y aficiones, tu intención como usuario (buscas amistad, etc.) y si deseas que esa información sea visible sólo para tus amigos o también para los amigos de tus amigos. Como en la plaza del pueblo, pero de una forma virtual.

En el perfil, también hay un espacio que se utiliza como un blog, donde escribes mensajes de texto y puedes subir música o vídeos para compartir.

Como no podía faltar, muestra las 8 últimas fotos que el usuario ha subido en las que los invitados pueden dejar comentarios y etiquetarse.

2. “Mi Tablón”

Es el espacio de comunicación, donde dejas y te dejan comentarios.

Tienes la posibilidad de crear eventos, es decir, convocar a tus amigos a que visiten una exposición, escuchen un disco o se sumen a una protesta.

Hasta aquí muy similar a otras redes, las mayores diferencias están en su potente buscador que permite no sólo localizar nombres, sino utilizar parámetros como estudios, sexo, trabajo, etc, para buscar personas afines y que, de forma similar a Twitter, las personas pueden saber, si así lo desea el usuario, lo que éste hace en cada momento.

Otra de las particularidades de Tuenti es la incipiente presencia de publicidad y el uso diferente que de ella se hace. Así, las campañas publicitarias no aparecen como un elemento intrusivo hacia el cual el lector debe dirigir obligatoriamente la mirada, sino como un evento más, que puedes visitar o no.



Experiencias didácticas

Si en el anterior artículo de esta sección comentábamos la escasa utilización de las redes sociales en las escuelas españolas, con tuenti el recelo es todavía mayor por dos razones: la mala imagen que desde muchos medios de comunicación se le ha dado y por la sensación bilateral de intrusismo (docente/alumno) que significa utilizar una red que forma parte exclusivamente de "el mundo" de los alumnos. El miedo, justificado, de mezclar "churras con merinas".

Aún así, ya se empiezan a encontrar en la red a docentes que trabajan con tuenti bajo una perspectiva socioconstructivista de la educación.

Dos son los aspectos que más hay que destacar de la red social a la hora de trabajar de manera cooperativa: el grado de implicación de los alumnos en la red y la posibilidad de crear grupos cerrados de trabajo.

Como ejemplos, qué mejor que comenzar por el presentado en el V Congreso Educared por María Elena Piqueras Calero del IES Catedrático Pulido Rubio, Huelva: "Sácale Partido Educativo a Esta Red Social» donde, de una forma magistral,

combinó los gustos que los docentes tenemos por los edublogs con la pasión por tuenti de los alumnos.

Así, la docente compartió las publicaciones de la bitácora de aula a través de tuenti, puso a su disposición imágenes, links y ayuda para trabajos, creó eventos relacionados con el desarrollo de la competencia social y ciudadana, propuso y coordinó temas de debate de forma que, cada comentario publicado en el grupo provocaba el envío directo de una notificación a todos los miembros suscritos, y así, todos los usuarios conocían qué tema se estaba tratando en el grupo en tiempo real y participaban aportando sus opiniones .

Otra potencialidad didáctica de la red es la de aconsejar a nuestros alumnos , "desde dentro" y en directo, sobre el uso apropiado y seguro de las redes sociales.

En esta línea, una experiencia interesante ha sido la de la Plataforma de actividades juveniles GILTZARRI organismo del Servicio de información y apoyo a jóvenes de Barakaldo, donde se crearon una serie de equipos de dinamización, información y apoyo a los jóvenes para animarlos a utilizar las redes no simplemente como fuente de información u ocio sino para educar en valores.

En la experiencia, una serie de chicos en cada grupo juvenil, se encargan de las tareas de dinamización, acompañados por el educador. Una de las funciones de estos dinamizadores-mediadores juveniles es la de plantear, promover y difundir las actividades que ellos mismos o los servicios organizan, utilizando para ello los medios que consideren más oportunos.

En el IES Francisco de los Ríos, en Córdoba, BibliRíos, o Bibla Río, bibliotecarios virtuales, contactan con el alumnado a partir de vídeos y fotos fundamentalmente, además de comunicación de eventos. Utilizando la misma técnica de los estudiantes, los responsables del Plan Lector muestran fotos y vídeos de las actividades realizadas en la biblioteca en las que aparecían alumnos y alumnas. Como protagonistas, los alumnos rápidamente se etiquetan y difunden las fotografías que se acompañan de cubiertas de libros y librotailers que sirven de promoción para ciertos títulos.



Otra experiencia resaltable es la desarrollada en la Escuela de Arte de Talavera en Toledo, donde se utilizó tuenti en tutorías dentro de un proyecto de aumento de la motivación y la autoestima. Los buenos resultados obtenidos en la experiencia no dejan la mínima duda de que interactuar en el plano social del alumno, con las mismas restricciones que utilizamos con nuestros tutorandos en la comunicación personal por mail, ofrece un amplio abanico de posibilidades.

¿Y en casa?

Tuenti, como el resto de las redes sociales han derrumbado los muros de la escuela y de los hogares. En ese sentido, desde Padres y Maestros no podemos olvidarnos de la importancia clave de los padres y madres de los alumnos para educar en el uso de las redes, sobre todo cuando cada vez más se van a ir utilizando desde la escuela.

Tuenti no es simplemente una herramienta comunicativa, las estructuras mentales que se ponen en juego en este tipo de comunicación y los modos culturales y sociales diferenciados que utilizan los adolescentes en esta red les ayudan a construir su identidad.

Es por eso que los padres y madres deben interactuar, desde el inicio, en la gestión de estas herramientas con sus hijos. Deben conocer las redes sociales, conocer sus ventajas y utilidades; proteger a sus hijos de los riesgos a través de una serie de pautas para que se usen adecuadamente; y llevar a cabo una dinámica educativa, como lo hacen en otros ámbitos.

En el caso de tuenti, como red más usada en la franja de edad de los 14 a 18 años, algunas pautas de actuación pueden ser:

- Enseñarles a diferenciar entre trabajo y ocio, que aprendan a ser críticos y que eviten pérdidas de tiempo.
- Establecer unas reglas y tiempo de uso.
- Colocar el ordenador a la vista de todos, no en la habitación.
- No dar información personal a desconocidos o citarse con ellos.
- No publicar datos personales como teléfonos o direcciones y no proporcionar datos sobre hábitos familiares o personales.
- No publicar imágenes comprometedoras ni de ellos ni de sus amigos.
- Proporcionarles estrategias para que se protejan mientras navegan.
- Compartir con ellos algunos eventos en las redes sin invadir su intimidad.

En resumen, si según los últimos estudios de permanencia en redes, nuestros jóvenes pasan un promedio de veinte horas a la semana en tuenti, la escuela no puede esperarlo fuera, en palabras de M.^a Elena Piqueras: "Si la montaña no va a Mahoma, Mahoma va a la montaña".

Para saber más:

CALVILLO, M., *Experiencia en Redes Sociales de la biblioteca del IES Francisco de los Ríos*, en http://wiki.sedic.es/index.php/IES_Francisco_de_los_R%C3%ADos

MENDIOLA, J. (2010). *Tuenti*, Madrid: Anaya Multimedia.

PARRA, M., y NOVO, I., *Las Redes Sociales. Nuevas herramientas para la participación social y el ocio educativo con adolescentes*, en www.injuve.mtin.es/injuve/contenidos/downloadatt.action?id=2081983714

PIQUERAS, M.^a E., «Un edublog con Tuenti: Sácale partido educativo a esta red social», en *Comunicación y Pedagogía*, n.º 242-243, pp. 40-42.

HERNÁNDEZ, B y DETZEL, Z "Debate sobre el papel de las Redes Sociales en la Educación." V Congreso Internacional Educared, en <http://mediateca.fundacion.telefonica.com/vod-publico3/show.asp?numero=000-vconinteducared-326>

