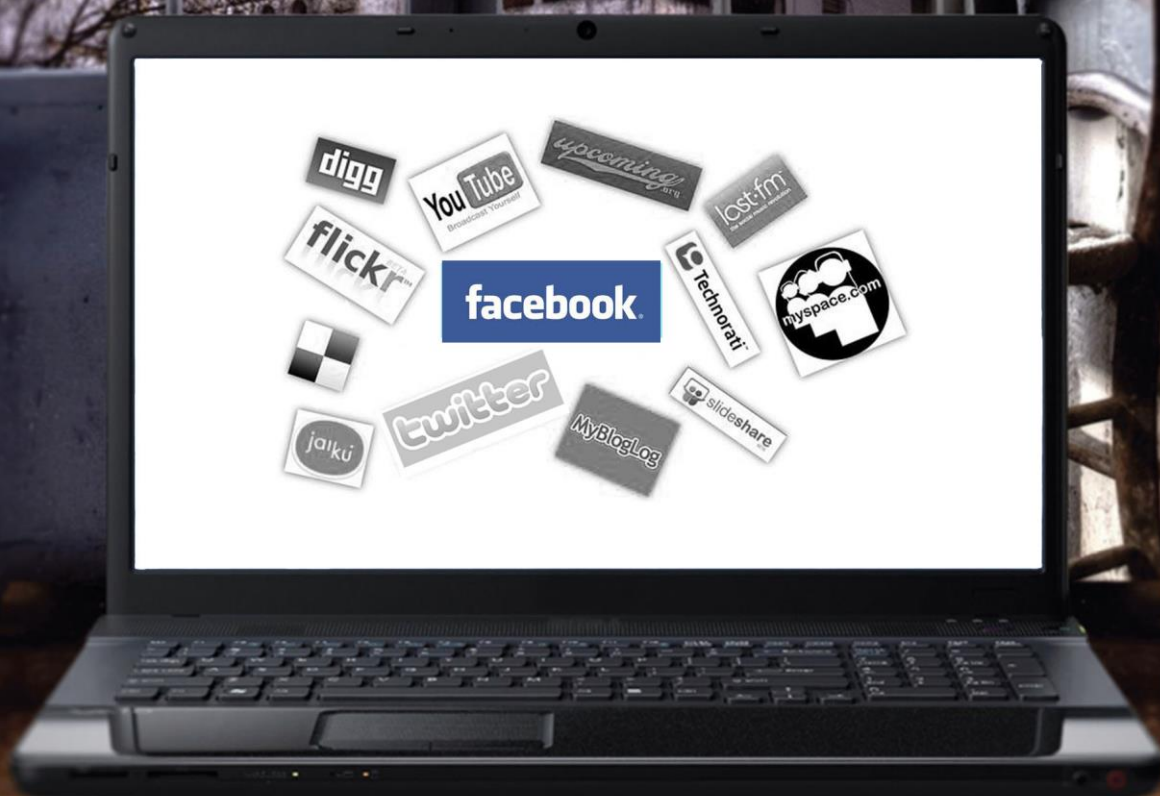




Manual del taller

“REDES SOCIALES: FACEBOOK”

Presentación. Taller de “Redes sociales: Facebook”

Desde el Departamento de Hacienda, Interior y Administración Pública, se promueve la realización de este taller, con el objetivo de acercar a los participantes al mundo de las redes sociales, dada la rápida implantación que han tenido en nuestra sociedad y su continuo dinamismo.

Este manual forma parte de los materiales de la formación presencial que se lleva a cabo en centros públicos o de uso público de diversas localidades de la Comunidad Autónoma de Aragón.

Publicado bajo licencia [Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 España \(CC BY-NC-SA 3.0 ES\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/es/)



Última actualización de este manual: octubre 2024.

[Talleres TIC](#)¹

Talleres TIC. Manuales; 6



¹ <https://www.aragon.es/-/talleres-tic>

Indice de contenidos

Presentación. Taller de “Redes sociales: Facebook”	1
Indice de contenidos	2
01. Redes sociales. ¿Qué son y para qué sirven?	4
1.1. Introducción.....	4
1.2. Tipos de redes sociales según su uso	8
1.3. Redes sociales más utilizadas	12
02. Registro y primeros pasos en Facebook.	14
2.1. Cómo registrarse	14
2.2. Datos personales	16
2.3. Construcción de tu red social	20
2.4. Gestión de la privacidad de tu perfil.....	20
03. Opciones básicas en Facebook.	27
3.1. Compartir información a través de tu biografía	27
3.2. Audiencia de las publicaciones y etiquetado	31
3.3. Botón “Me gusta” y comentarios.....	33
3.4. Publicaciones	34
3.5. Novedades y actualizaciones	35
3.6. Mensajes.....	36
3.7. Búsquedas	37
3.8. Eventos	39
3.9. Chat	41
04. Opciones avanzadas en Facebook.	43
4.1. Aplicaciones.....	43

4.2. Grupos	46
4.3. Listas de amigos	48
4.4. Configuración general de la cuenta.....	50
4.5. Desactivación de tu cuenta.....	55
05. Uso comercial y marketing a través de Facebook.	57
5.1. Páginas de Facebook.....	57
5.2. Anuncios patrocinados	60
06. Uso de Facebook en dispositivos móviles.....	62
6.1. En cualquier momento y lugar	62
6.2. Cómo disponer de Facebook en tu dispositivo móvil	63
07. Actividades prácticas.....	66
7.1. Agregar amigos.....	66
7.2. Publicar contenidos	67
7.3. Gestionar la privacidad.....	67
7.4. Comunícate con tus amigos	68
7.5. Creación de eventos.....	69
7.6. Creación de un grupo	69
08. Anexos	70
8.1. Enlaces y referencias	70
8.2. Imágenes	71



01. Redes sociales. ¿Qué son y para qué sirven?

1.1. Introducción

Las **redes sociales** son estructuras sociales compuestas por grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.

Podemos distinguir **dos tipos** de redes sociales:

1. **Las redes sociales genéricas**, entre las que se encuentran Facebook, X (antiguo Twitter), Instagram, etc. son páginas que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, con el objetivo de compartir contenidos, interactuar y crear comunidades sobre intereses similares: trabajo, lecturas, juegos, amistad, etc. En la actualidad está siendo utilizada por muchas empresas con fines profesionales.
2. **Las redes sociales profesionales** como Xing o LinkedIn. ¿En qué consisten? A grandes rasgos, los usuarios colocan sus currículos en estos sitios, pero también definen lo que pueden aportar laboralmente, sus puntos fuertes, además de lo que desean encontrar en la red social en cuestión: nuevas colaboraciones, nuevos trabajos, ampliar conocimientos, etc.

Son usados fundamentalmente por profesionales y empresas, y tienen los siguientes usos prácticos: publicar el perfil profesional de personas e información de empresas, establecer redes de contactos, compartir experiencias y opiniones, obtener información sobre ofertas de trabajo, perfil de empresas y trabajadores, establecer alianzas entre empresas, etc.

Estas redes están en permanente actualización. Cambian su diseño para ofrecer mayor usabilidad, incorporan nuevas aplicaciones,

funcionalidades, permiten integrar contenidos de otras redes o blog...
Algunas como LinkedIn cada día se asemejan más a Facebook.

Veamos las ventajas y desventajas de estas redes sociales:

Ventajas:

- Reencuentro con conocidos.
- Excelentes para propiciar contactos afectivos nuevos como: amistad o compartir intereses sin fines de lucro.
- Compartir momentos especiales con las personas cercanas a nuestras vidas.
- Diluyen fronteras geográficas y sirven para conectar gente sin importar la distancia.
- Perfectas para establecer conexiones con el mundo profesional.
- Tener información actualizada acerca de temas de interés, además permiten acudir a eventos, participar en actos y conferencias.
- La comunicación puede ser en tiempo real.
- Pueden generar movimientos masivos de solidaridad ante una situación de crisis.
- Oportunidad de integrarse a *Flashmobs* (reuniones breves vía online con fines lúdicos y de entretenimiento con el propósito de movilizar a miles de personas).

Desventajas:

- Son peligrosas si no se configura la privacidad correctamente, pues exponen nuestra vida privada.
- Pueden darse casos de suplantación de personalidad.
- Falta en el control de datos.

- Pueden ser adictivas y devorar gran cantidad de nuestro tiempo, pues son ideales para el ocio.
- Pueden apoderarse de todos los contenidos que publicamos.
- Pueden ser utilizadas por personas con fines malintencionados para conocer nuestros datos y posible comisión de delitos.

Además, antes de acceder a cualquiera de nuestras redes sociales, deberíamos tener en cuenta las siguientes reglas de seguridad:

Prestar atención cuando publiquemos y subamos material:

- Pensar muy bien qué imágenes, vídeos e información escogemos para publicar.
- No publicar nunca información privada.
- Existe la posibilidad de que haya personas que usen perfiles falsos.

Escoger cuidadosamente a nuestros amigos:

- No aceptar solicitudes de amistad de personas que no conozcamos. No obstante, en las redes profesionales podemos seguir algún criterio de selección si recibimos una invitación de otro profesional de nuestro sector, o que simplemente que su perfil interesante según nuestra actividad en la red.
- Verificar todos nuestros contactos.
- Tener en cuenta el uso solo de un grupo cerrado.

Proteger nuestro entorno de trabajo y no poner en peligro nuestra reputación:

- Al registrarnos en una red social, usar nuestra dirección de correo electrónico. (Puede ser personal o de una organización o agrupación a la que representamos).

- Tener cuidado de cómo representamos en Internet a nuestra empresa u organización pues podría afectar su reputación o la [marca personal](https://claudioinacio.com/2019/01/30/marca-personal-branding/)².
- No mezclar nuestros contactos de trabajo con nuestros amigos.
- No dejar que nadie vea nuestro perfil o nuestra información personal sin permiso.
- Tener cuidado con lo que publicamos sobre otras personas.

Informarnos:

- Leer con atención y de principio a fin la política de privacidad y las condiciones y términos de uso de la red social que escojamos.

Protegernos con la configuración de privacidad:

- Usar opciones orientadas a la privacidad (comprobar quién puede ver nuestras fotos, quién puede ponerse en contacto con nosotros y quién puede añadir comentarios).

Proteger nuestro teléfono móvil y la información guardada en él:

- No dejar desatendido nuestro teléfono móvil.
- Informar inmediatamente si nos roban el teléfono móvil.
- Tener cuidado al usar el teléfono móvil y prestar atención acerca de dónde lo dejamos.

Sservicios basados en la localización y la información de nuestro teléfono móvil:

- Desactivar los servicios basados en la localización geográfica cuando no los estemos usando.
- No guardar nuestra contraseña en nuestro móvil.
- Usar las funciones de seguridad de que disponga nuestro móvil.

² <https://claudioinacio.com/2019/01/30/marca-personal-branding/>

Si seguimos todos estos consejos estaremos utilizando las redes sociales de la mejor manera posible y, sobre todo, no olvidemos extremar las precauciones con nuestros menores e informarles correctamente para que no corran ningún riesgo.

1.2. Tipos de redes sociales según su uso

Sin embargo, no todas las redes sociales son iguales ni sirven para lo mismo. Cada red tiene un objetivo específico. Usar la red correcta para la tarea correcta, y además hacerlo correctamente, es todo un arte: una nueva clase de especialidad. A continuación, se explica para qué sirven algunas de las redes sociales más populares: **X (antes Twitter)**, **Facebook**, **Flickr**, **YouTube**, **Instagram**, **Pinterest**, **Linkedin** y **Xing**.

Redes de ámbito personal

X (antes Twitter)³ es un sistema web gratuito que permite a los usuarios enviar mensajes de texto (también llamados tweets) de hasta 280 caracteres que se actualizan en tiempo real.

Es una plataforma social de **microblogging**⁴, que sirve esencialmente para comunicarse mediante mensajes cortos y de forma gratuita con otras personas o usuarios registrados en ella.

Estos mensajes toman el nombre de «tweet» y están formados por 280 caracteres, aunque hasta 2017 constaban de 140, consiguiendo también publicar vídeos, fotos, infografías, noticias, eventos, etc.

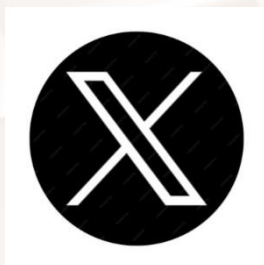


Imagen 1. Logotipo de X (antes Twitter).

³ <https://x.com/?lang=es>

⁴ <https://escuelainenka.com/microblogging/>

Facebook⁵ es una red social donde los usuarios pueden agregar amigos, enviar mensajes, participar en juegos online con amigos, formar grupos y construir un perfil propio.

Desde septiembre de 2010, cualquier persona mayor de 13 años⁶ con una dirección válida de correo electrónico puede convertirse en un usuario de Facebook.

La audiencia de Facebook objetivo es más para un adulto que para una franja demográfica de población joven. Los usuarios pueden añadir amigos y enviarles mensajes, y actualizar sus perfiles personales para notificar a los amigos acerca de sí mismos. Además, los usuarios pueden unirse a las redes organizadas por el lugar de trabajo, la escuela o la universidad.

Utilizar Facebook para fines comerciales también brinda a las empresas un abanico de posibilidades para promocionar sus productos y/o servicios y potenciar la marca de la organización en internet.



Imagen 2. Logotipo de Facebook.

Flickr⁷ es un sitio web donde los miembros de la comunidad pueden almacenar, compartir y opinar sobre fotos y vídeos. El servicio es ampliamente utilizado por los bloggers para alojar las imágenes que integran en blogs y medios de comunicación social. A principios de enero 2018 había alojadas más de **6.470 millones** de imágenes en Flickr y en julio de 2019 había disminuido a 2.380 millones. Este descenso se debió a un cambio de dueño: ahora es propiedad de la empresa de almacenamiento de fotos en SmugMug.



Imagen 3. Logotipo de Flickr.

⁵ <https://www.facebook.com/>

⁶ <https://www.facebook.com/help/157793540954833>

⁷ <https://www.flickr.com/>

YouTube⁸ es un sitio web para compartir vídeos en donde los usuarios pueden compartir y subir nuevos vídeos.

Es muy popular gracias a la posibilidad de alojar vídeos personales de manera sencilla. Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión, vídeos musicales, así como contenidos amateurs como videoblogs (a pesar de las reglas de YouTube contra subir vídeos con copyright, este material existe en abundancia). Los enlaces a vídeos de YouTube pueden ser también puestos en blogs y sitios web personales usando API o incrustando cierto código HTML.



Imagen 4. Logotipo de YouTube.

Instagram⁹ es una red social y una aplicación móvil al mismo tiempo que permite a sus usuarios subir imágenes y vídeos con múltiples efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro, etc. para a continuación compartir esas imágenes en la misma plataforma o en otras redes sociales como Facebook, Tumblr, Flickr y X (antes Twitter). Se lanzó en octubre de 2010 y rápidamente ganó popularidad. En octubre de 2021 contaba con más de 1393 millones de usuarios.



Imagen 5. Logotipo de Instagram.

Pinterest¹⁰ es una red social para compartir imágenes que permite a los usuarios crear y administrar, en tableros personales temáticos, colecciones de imágenes como eventos, intereses, hobbies y mucho más. Los usuarios pueden buscar otros *pinboards*, 're-pin' imágenes para sus propias colecciones o darles 'me gusta'. La misión de Pinterest es conectar a todos en el mundo, a través de

⁸ <https://www.youtube.com/>

⁹ <https://instagram.com/>

¹⁰ <https://es.pinterest.com/>

cosas que encuentran interesantes. Se lanzó en marzo de 2010 y suma más de 454 millones de usuarios.



Imagen 6. Logotipo de Pinterest.

Redes de ámbito profesional

[LinkedIn](#)¹¹ es una red social orientada a profesionales y negocios. Es un gran recurso para generar más tráfico hacia tu *website* y ganar más visibilidad para tu persona y tu negocio.

La idea de poder exhibir tu CV en la red y poder enviar su referencia a prácticamente cualquier persona es quizás la funcionalidad que más se asocia a LinkedIn

El propósito del sitio es permitir a los usuarios registrados mantener una lista de información de contacto de las personas que conocen y de confianza para los negocios. La gente en la lista se denomina conexiones. Los usuarios pueden invitar a cualquier persona (ya sea un usuario del sitio o no) para convertirse en una conexión.



Imagen 7. Logotipo de LinkedIn.

[Xing](#)¹² es una red social de ámbito profesional. También se denomina plataforma de *networking* online, ya que su principal utilidad es la de gestionar contactos y establecer nuevas conexiones entre profesionales de cualquier sector. Una de las funciones principales que tiene es la opción de visualizar la red de contactos; por ejemplo, un usuario puede ver a través de cuántos intermediarios está conectado con otros.

¹¹ <https://es.linkedin.com/>

¹² <https://www.xing.com/>

Ofrece numerosas opciones para contactar, buscar personas por nombre, ciudad, sector, empresa, áreas de interés, etc., e incluye grupos temáticos y foros para plantear cuestiones e intercambiar información u opiniones sobre temas específicos. También cuenta con ofertas de empleo, páginas de empresa y una sección para ver y publicar eventos. En Xing se encuentran tomadores de decisiones y expertos en muchos campos.



Imagen 8. Logotipo de Xing.

1.3. Redes sociales más utilizadas

Aunque cada país tiene sus particularidades, podemos asegurar que, entre las redes sociales de carácter general, **Facebook** es la más empleada en todo el mundo. Según [datos de julio de 2024](#)¹³, Facebook lidera esta clasificación con aproximadamente 3.000 millones de usuarios activos. Completan el ranking de las 5 redes sociales más empleadas: [YouTube](#)¹⁴, [Instagram](#)¹⁵, [Whatsapp](#)¹⁶ y [Wechat](#)¹⁷.

España es uno de los países con mayor uso de las redes sociales. Según el prestigioso [Estudio de Redes Sociales 2023](#)¹⁸ de IAB, un 85% de los internautas de nuestro país utilizan redes sociales.

¹³ <https://es.statista.com/estadisticas/600712/ranking-mundial-de-redes-sociales-por-numero-de-usuarios/#:~:text=Facebook%20encabezaba%20de%20nuevo%20en,red%20social%20ha%20si do%20imparable.>

¹⁴ <https://www.youtube.com/>

¹⁵ <https://www.instagram.com/>

¹⁶ <https://www.whatsapp.com/?lang=es>

¹⁷ <https://www.wechat.com/es/>

¹⁸ <https://www.marketinginsiderreview.com/iab-spain-presenta-estudio-de-redes-sociales-2023/>

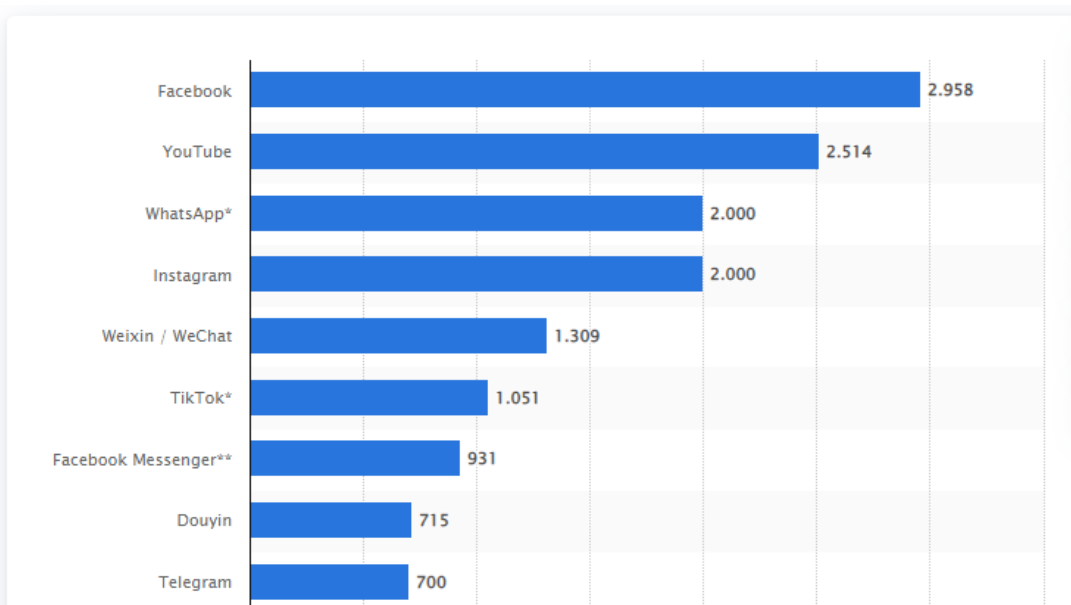


Imagen 9. Usuarios en redes sociales en abril 2023.

Una vez hecho un repaso general sobre las redes sociales, en adelante nos centraremos en la más popular de todas: **Facebook**. Vamos a estudiarla en profundidad.

02. Registro y primeros pasos en Facebook.

2.1. Cómo registrarse

Es imprescindible estar registrado en Facebook para poder acceder a todos sus servicios, así que vamos a ver cómo se realiza este proceso. Abre una ventana de tu navegador y accede a la dirección [web de Facebook](https://www.facebook.com/)¹⁹:



Imagen 9. Página de inicio de Facebook.

Como puedes observar, los usuarios **registrados** pueden acceder a su perfil rellenando los campos “Correo electrónico o teléfono” y “Contraseña” situados en la zona superior de la pantalla.

Por su parte, los **nuevos** usuarios deben cumplimentar el formulario situado en la zona inferior de la pantalla. Este formulario se compone de los siguientes campos:

1. “**Nombre**”: Indica tu nombre.
2. “**Apellidos**”: Indica tus apellidos.
3. “**Tu correo electrónico o móvil**”: Es importante que indiques un correo electrónico que uses de manera habitual o tu número de móvil, ya que Facebook te enviará allí todos los avisos, notificaciones, mensajes, etc.

¹⁹ <https://www.facebook.com/>

4. **“Nueva contraseña”**: Para acceder a Facebook, deberás escribir el correo electrónico indicado en el campo anterior y la contraseña que establezcas en este campo.
5. **“Fecha de nacimiento”**: Es importante indicar tu edad real, ya que Facebook permitirá el acceso a ciertos contenidos teniendo en cuenta tu edad y su “Política de uso de datos”. Este aspecto es aún más importante en los casos de usuarios menores de edad.
6. **“Género”**: Indica tu sexo.

NOTA: Actualmente, la edad mínima requerida para poder registrarse en Facebook es de 13 años.

Una vez que hayas rellenado todos los campos del formulario, pulsa en el botón “Registrarte” para enviar los datos:



The image shows the Facebook registration form titled "Registrarte" with a close button (X) in the top right corner. Below the title is the text "Es rápido y fácil." The form contains several input fields: "Nombre" and "Apellidos" (two separate boxes), "Número de móvil o correo electrónico", and "Contraseña nueva". Below these is the "Fecha de nacimiento" section, which includes a dropdown for the day (showing "11"), a dropdown for the month (showing "nov"), and a dropdown for the year (showing "2020"). Below the date is the "Género" section with three radio button options: "Mujer", "Hombre", and "Personalizado". At the bottom of the form, there is a small text block: "Al hacer clic en Registrarte, aceptas nuestras Condiciones. Obtén más información sobre cómo recopilamos, usamos y compartimos tu información en la Política de datos, así como el uso que hacemos de las cookies y tecnologías similares en nuestra Política de cookies. Es posible que te enviemos notificaciones por SMS que podrás desactivar cuando quieras." Below this text is a large green button labeled "Registrarte". The entire form is overlaid on a background image of a computer keyboard.

Imagen 10. Formulario de registro de Facebook.

Facebook te enviará un correo electrónico a la cuenta indicada con el fin de completar el proceso de registro. Tan solo debes hacer clic en el enlace proporcionado en dicho correo.

Tu código de confirmación de Facebook es 7 0 Recibidos x



Facebook <registration@facebookmail.com>
para mí

9:26 (hace 1 minuto) ☆



Acción requerida: confirma tu cuenta de Facebook

Hola, Silvia:

Te has registrado recientemente en Facebook. Para completar tu registro en Facebook, confirma tu cuenta.

Confirma tu cuenta

Se te pedirá que introduzcas este código de confirmación:

7 0

Facebook te ayuda a comunicarte y estar en contacto con tus amigos. Una vez te hayas unido a Facebook, podrás compartir fotos, planificar eventos y mucho más.

Imagen 11. Confirmar cuenta de Facebook.

2.2. Datos personales

Ahora que ya estás registrado en Facebook, puedes empezar a realizar las primeras acciones.

Tu perfil es una colección de las fotos, historias y experiencias que componen tu vida. Tu perfil también incluye tu **biografía**. Lo primero que tienes que hacer es rellenar los datos personales relacionados con tu perfil.

Como puedes ver en las siguientes pantallas, Facebook divide este proceso en tres pasos:

Paso 1: Sube una foto del perfil

Laura, te damos la bienvenida a Facebook.

Sube una foto a tu perfil

Añade una foto para que tus amigos puedan identificarte fácilmente.

Añadir foto

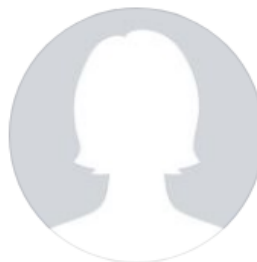


Imagen 12. Subir una foto de perfil a Facebook.

Es interesante que subas una foto con el objetivo de que las personas que visiten tu perfil puedan identificarte. Tienes la posibilidad de tomar una fotografía a través de tu webcam, o bien puedes usar la opción “Subir una foto” si lo que quieres es enviar una foto alojada en tu ordenador. En este segundo caso se abrirá una nueva ventana en la que hemos de buscar la localización en nuestro ordenador de la foto que queremos subir y una vez que la tengamos, haremos clic en “Abrir”:



Imagen 13. Imagen de perfil cargada en Facebook.

Paso 2: Encuentra a personas que conoces



Imagen 14. Encontrar amigos en Facebook.

Es muy probable que muchos de tus amigos ya dispongan de una cuenta de usuario en Facebook. En este paso solo hace falta introducir el nombre y apellidos de las personas que quieras encontrar o su dirección de correo electrónico.

Paso 3: Conoce la configuración de privacidad

3 Conoce la configuración de la privacidad

Tú decides cómo compartes tus cosas con las personas y aplicaciones de Facebook.

Haz el recorrido

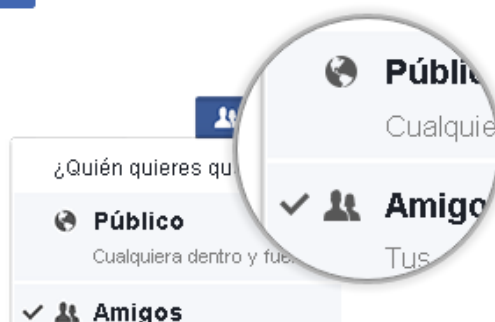


Imagen 15. Configuración de privacidad de Facebook.

En esta sección nos explican quién ve lo que compartimos en esta red social, cómo funciona el etiquetado de fotos y quién puede verlas. Nos enseña el acceso al apartado de configuración y privacidad de Facebook y nos informa sobre cómo y con quien podemos compartir información de juegos, aplicaciones y sitios Web.

Más opciones sobre Facebook

Foto de portada

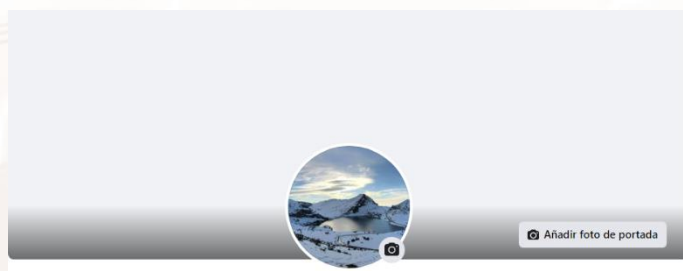


Imagen 16. Añadir una foto de portada en Facebook.

En muchas ocasiones, las **imágenes** sirven de gran ayuda a la hora de describir a personas, cosas, conceptos, etc. Es por ello que Facebook reserva de manera destacada una zona dedicada a tu “Portada” o “Cabecera”. Tienes la opción de cambiar la imagen de portada tantas veces como quieras. Habitualmente, los usuarios de Facebook cambian su portada en función de los acontecimientos que les han sucedido, eventos a los que acuden, cambios en su estado de ánimo, etc.



Imagen 17. Visualización de la nueva foto de portada en Facebook.

Presentación

En esta sección podemos añadir más información sobre nosotros, así como también vincular nuestra cuenta de Facebook con Instagram, X (antes Twitter) u otras redes sociales:

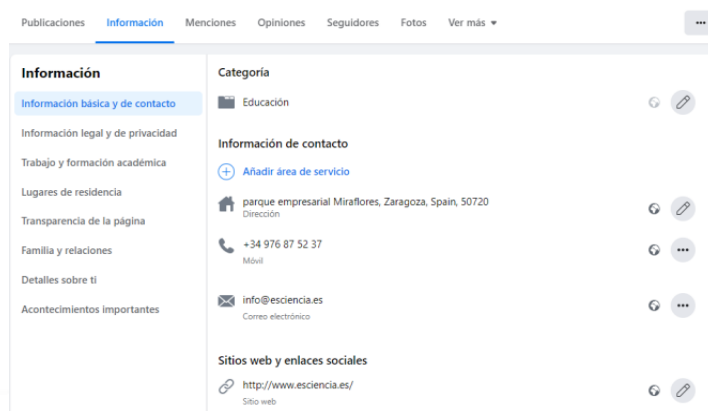


Imagen 18. Añadir información sobre ti en Facebook.

Biografía

La biografía es un espacio de tu perfil de Facebook que muestra, de forma cronológica y mediante una línea de tiempo, diferentes acontecimientos de tu vida y de tu actividad en la red social. Puedes añadir publicaciones o historias con fotografías, vídeos o reels.

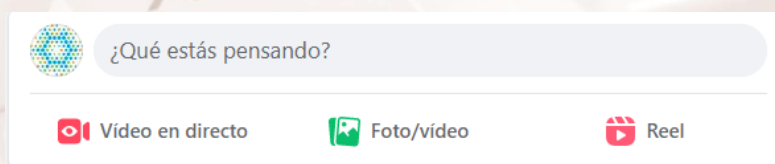


Imagen 19. Añadir publicaciones/historias.

Por último, Facebook indica que ya está todo listo para que comiences a expresarte.

2.3. Construcción de tu red social

En el apartado anterior se ha mencionado brevemente cómo encontrar amigos y conocidos en Facebook. Vamos a verlo ahora de manera detallada. Pulsa sobre el enlace “Buscar en Facebook”, situado en la zona superior izquierda de la pantalla:



Imagen 20. Menú principal Facebook.

Como puedes observar, existen varias maneras de **encontrar amigos** en Facebook:

Personas que quizás conozcas

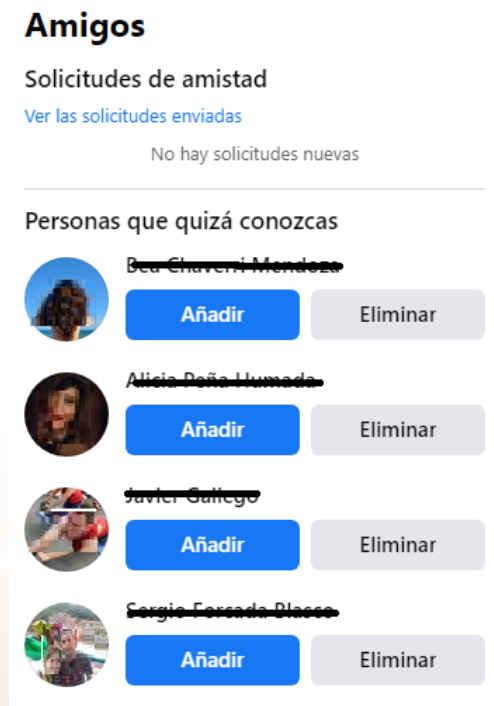


Imagen 21. Personas que quizá conozcas en Facebook.

Por último, Facebook te sugiere amistad con algunas personas con las que tienes algún tipo de relación, como, por ejemplo, personas con las que compartes amigos comunes.

2.4. Gestión de la privacidad de tu perfil

La privacidad es sin lugar a duda el aspecto que más **preocupa** a todo el mundo a la hora de decidirse a tener presencia en las redes sociales. ¿Qué personas

ven mis publicaciones? ¿Cuántas cosas sobre mí son públicas? ¿Quién puede comentar una foto en la que yo aparezco?

Todas estas cuestiones se pueden personalizar desde las **opciones de privacidad** de Facebook. Para ello, despliega el menú donde aparece la imagen de tu perfil y selecciona **Configuración y privacidad**:

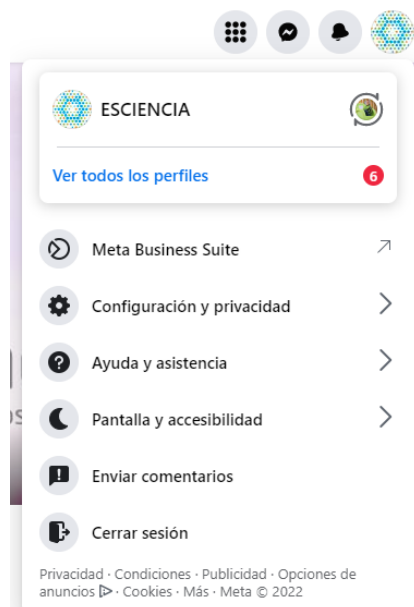


Imagen 22. Configuración de Facebook.

Seleccionamos la sección de Accesos directos de privacidad:



Imagen 23. Configurar la Privacidad de Facebook.

La privacidad de nuestra actividad en Facebook puede clasificarse en estos tres apartados. Para ello pulsaremos ver más opciones de privacidad:

¿Quién puede ver mis cosas?

Tu actividad	¿Quién puede ver las publicaciones que hagas a partir de ahora?	Público	Editar
	Revisa todas tus publicaciones y los contenidos en los que se te ha etiquetado	Usar registro de actividad	
	¿Quieres limitar la audiencia de las publicaciones que has compartido con los amigos de tus amigos o que has hecho públicas?	Limitar la audiencia de publicaciones anteriores	
	¿Quién puede ver las personas, páginas y listas que sigues?	Amigos	Editar

Imagen 24. Quién puede ver mis cosas en Facebook.

En esta sección podemos especificar qué grupo de personas pueden ver mis publicaciones a partir de ahora. Por defecto, Facebook restringe el ámbito de las publicaciones a la opción de “Público”.

También podemos consultar el “Registro de actividad” para ver el rastro que hemos dejado en Facebook y quién puede verlo.

Por último, la opción “Ver como” nos permite visualizar nuestro perfil de Facebook como si fuéramos otra persona. De este modo, podemos comprobar cómo nos ven otros usuarios.

¿Quién puede ponerse en contacto conmigo?

Por defecto, cualquier persona puede enviarnos un correo a nuestra bandeja. Incluso las personas que no tenemos agregadas como amigos. Esta sección nos permite ajustar y filtrar esta opción de nuestra privacidad.

Cómo pueden encontrarte y ponerse en contacto contigo los demás	¿Quién puede enviarte solicitudes de amistad?	Amigos de amigos	Editar
	¿Quién puede ver tu lista de amigos?	Amigos	Editar
	¿Quién puede buscarte con la dirección de correo electrónico que has proporcionado?	Amigos	Editar
	¿Quién puede buscarte con el número de teléfono que has proporcionado?	Amigos	Editar
	¿Quieres que los motores de búsqueda fuera de Facebook enlacen a tu perfil?	No	Editar

Imagen 25. Quién puede ponerse en contacto conmigo en Facebook.

Bloqueos

¿Cómo evito que alguien me siga molestando? Sección bloqueos.

Esta sección permite indicar a Facebook que no deseamos ser molestados por determinados usuarios. Para ello, insertaremos el nombre o el correo electrónico de estas personas.



Imagen 26. Bloqueos en Facebook.

Desde el inicio de Facebook, la privacidad de sus usuarios ha sido uno de los temas más controvertidos y su configuración no siempre ha sido sencilla. Con el paso del tiempo se ha ido simplificando y se cuenta con un pequeño asistente que nos permite comprobar sus parámetros más importantes. Para ello, haremos clic en el enlace “Comprobar algunas opciones importantes de la configuración”.

Como vemos, en pantalla aparecen unas sencillas pestañas que nos permiten ajustar nuestra privacidad, podemos añadir personas restringidas o bloquear a personas que no queremos que nos molesten, bloquear mensajes, aplicaciones externas a Facebook, ya que muchas aplicaciones, juegos para el móvil y sitios web nos permiten acceder a sus funcionalidades iniciando sesión con nuestra cuenta de Facebook. Esto es interesante porque nos ahorra rellenar el habitual formulario de registro, pero, por el contrario, tenemos que ser conscientes de que nuestros amigos de Facebook podrán ver nuestra actividad en dichas aplicaciones. Este segundo paso del asistente nos permite ajustar la privacidad de las aplicaciones que usamos con nuestra cuenta de Facebook.

Como hemos visto, este asistente nos permite comprobar nuestra privacidad de manera rápida y sencilla.

Aunque en el capítulo siguiente veremos cómo personalizar la audiencia de cada una de las publicaciones que hagamos, es importante fijar un nivel predeterminado de visibilidad para todas nuestras publicaciones. Este nivel es el que se aplicará por defecto.

Veamos una breve descripción de algunos de los bloques más importantes de los relacionados con la privacidad de Facebook:

Privacidad

Tu actividad	¿Quién puede ver las publicaciones que hagas a partir de ahora?	Público	Editar
	Revisa todas tus publicaciones y los contenidos en los que se te ha etiquetado		Usar registro de actividad
	¿Quieres limitar la audiencia de las publicaciones que has compartido con los amigos de tus amigos o que has hecho públicas?		Limitar la audiencia de publicaciones anteriores
	¿Quién puede ver las personas, páginas y listas que sigues?	Amigos	Editar
Cómo pueden encontrarte y ponerse en contacto contigo los demás	¿Quién puede enviarte solicitudes de amistad?	Amigos de amigos	Editar
	¿Quién puede ver tu lista de amigos?	Amigos	Editar
	¿Quién puede buscarte con la dirección de correo electrónico que has proporcionado?	Amigos	Editar
	¿Quién puede buscarte con el número de teléfono que has proporcionado?	Amigos	Editar
	¿Quieres que los motores de búsqueda fuera de Facebook enlacen a tu perfil?	No	Editar

Imagen 27. Privacidad

Como ya hemos comentado anteriormente, son opciones relacionadas con la manera en la que tu perfil **es visto** por otros usuarios: quién puede buscarte en Facebook, quién te puede enviar solicitudes de amistad o mensajes, etc.

Biografía y etiquetado

Perfil y etiquetado

Perfil

¿Quién puede publicar en tu perfil? **Amigos**

¿Quién puede ver lo que otros publican en tu perfil? **Amigos**

Ocultar los comentarios que contengan ciertas palabras de tu perfil ▼

Etiquetar

¿Quién puede ver las publicaciones en las que te ha etiquetado en tu perfil? **Amigos**

Cuando alguien te etiquete en una publicación, ¿a quién quieres añadir a la audiencia si aún no puede verla? **Amigos**

Revisar

Revisar las publicaciones en las que se te ha etiquetado antes de que aparezcan en tu perfil ☐

¿Quieres revisar las etiquetas que las personas añaden a tus publicaciones antes de que aparezcan en Facebook? ☐

Imagen 28. Configuración del etiquetado.

Si el apartado anterior se refería a la visibilidad general de tu perfil en Facebook, en este segundo bloque puedes especificar aspectos más concretos relacionados con tu **biografía** y las **etiquetas**. En el capítulo siguiente se explicará detenidamente cómo etiquetar a personas en fotografías y vídeos.

Aplicaciones

Configuración > Seguridad e inicio de sesión

Seguridad e inicio de sesión

Seguridad e inicio de sesión

Aplicaciones y sitios web

Integraciones empresariales

Aplicaciones y sitios web

Estos son sitios web y aplicaciones que has vinculado a tu cuenta de Facebook al iniciar sesión en ellos con Facebook o al vincular una cuenta que tienes en su plataforma con tu cuenta de Facebook. Puedes revisar y administrar la información no pública a la que cada aplicación tiene permiso para acceder o bien eliminar su acceso.

Información a la que pueden acceder las aplicaciones

Pública	Ciertos datos sobre ti forman parte de tu public profile o es información que has compartido públicamente. Las aplicaciones pueden acceder a esta información pública en cualquier momento.
No pública	Otros datos no son públicos. Las aplicaciones solo pueden acceder a esos datos mediante esta conexión si eliges compartirlos con ellas al iniciar sesión con tu cuenta de Facebook. Si parece que no has iniciado sesión en una aplicación con tu cuenta de Facebook en los últimos 90 días, su acceso a tu información no pública a través de esta conexión caducará automáticamente. Cuando esto sucede, la aplicación cambia de Active a Expired. Ten en cuenta que, aunque una aplicación ya no tenga acceso a tu información no pública, aún podría conservar datos no públicos que hayas compartido con ella anteriormente cuando su estado era "Activa". Más información

Imagen 29. Configuración aplicaciones y sitios web.

Sin salir de Facebook, es posible acceder a los servicios de otras aplicaciones, juegos y sitios web de **terceros**. Por ejemplo, es posible escuchar una canción a través de [Spotify](https://www.spotify.com/es/)²⁰ y compartirla con tus amigos en tu biografía de Facebook. Desde este apartado puedes configurar la privacidad de todas estas aplicaciones y sitios web.

²⁰ <https://www.spotify.com/es/>

Personas y aplicaciones bloqueadas

Administrar los bloqueos

Lista de personas con acceso restringido

Cuando añades a un amigo a tu lista de personas con acceso restringido, no verá las publicaciones que compartes solo con Amigos. Sí podrá ver lo que compartas con la configuración Público o en la biografía de un amigo en común, y las publicaciones en las que esté etiquetado. Facebook no notifica a tus amigos cuando los añades a la lista de personas con acceso restringido. [Más información](#)

Edit

Bloquear usuarios

Cuando bloqueas a alguien, esa persona ya no puede ver lo que publicas en tu biografía, etiquetarte, invitarte a eventos o grupos, iniciar una conversación contigo ni añadirte a su lista de amigos. Nota: Esto no incluye las aplicaciones, los juegos o los grupos en los que ambos participáis.

Edit

Bloquear mensajes

Si bloqueas el perfil de alguien en Facebook, tampoco podrá ponerse en contacto contigo en Messenger. Las personas podrán publicar en tu biografía, etiquetarte y comentar tus publicaciones o comentarios a menos que bloques su perfil de Facebook y las otras cuentas que creen. [Más información](#)

Edit

Bloquear las invitaciones a aplicaciones

Después de bloquear las invitaciones a una aplicación que se hayan enviado desde el perfil de una persona, automáticamente se ignorarán las invitaciones a aplicaciones que esa persona te envíe a partir de ese momento. Para bloquear las invitaciones del perfil de un amigo en particular, haz clic en el enlace "Ignorar todas las invitaciones de este perfil" que verás en la última solicitud recibida.

Edit

Bloquear las invitaciones a eventos

Si bloqueas las invitaciones a eventos desde el perfil de alguien, se ignorarán automáticamente todas las solicitudes de evento futuras de este perfil.

Edit

Bloquear aplicaciones

Cuando bloqueas una aplicación, ya no se puede poner en contacto contigo ni obtener en Facebook información sobre ti que no sea pública. [Más información](#)

Edit

Bloquear páginas

Cuando bloqueas una página, esta ya no podrá interactuar con tus publicaciones ni indicar que le gustan tus comentarios o responder a ellos. No podrás publicar en la biografía de la página ni enviarle mensajes. Si actualmente te gusta la página, al bloquearla indicarás que ya no te gusta y dejarás de seguirla.

Edit

Imagen 30. Bloquear usuarios y aplicaciones.

Por último, es posible que en un momento dado quieras bloquear a alguna persona o aplicación. Puedes hacerlo desde las opciones que aparecen en este apartado.

Estos son solo algunos de los apartados relacionados con la privacidad de Facebook, pero te invitamos a que visites y comprendas todos los apartados.

NOTA: La política de privacidad de las redes sociales y, especialmente la de Facebook, cambia con bastante frecuencia. Es recomendable que la revises periódicamente y te informes sobre ella.



03. Opciones básicas en Facebook.

3.1. Compartir información a través de tu biografía

La manera más común de **compartir información** en Facebook es a través de la biografía. La biografía es el espacio de tu perfil donde puedes ver tus propias publicaciones, las publicaciones de tus amigos y las historias en las que se te ha etiquetado, organizadas por fecha de publicación. Es como un tablón público en el cual el usuario puede compartir noticias, canciones, opiniones, fotografías, etc. Además, permite personalizar la audiencia de cada una de estas publicaciones.

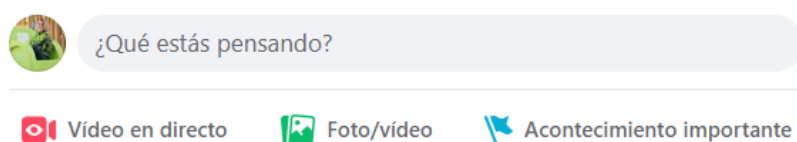


Imagen 31. Dónde hacer una nueva publicación en Facebook.

Veamos a continuación qué tipo de información puedes compartir en tu biografía:

Estados



Imagen 32. Nuevo estado en Facebook.

El estado hace referencia a novedades, comentarios dirigidos a personas concretas, opiniones, reflexiones, estados de ánimo, etc. Cuando publicas un estado, tienes la opción de indicar con quién estás, cómo te encuentras, registrar una visita y muchas más opciones:



Imagen 33. Tienes la opción de indicar con qué amigos te encuentras a la hora de publicar un estado.



Imagen 34. También puedes indicar la ubicación geográfica en la que te encuentras.

Fotos/vídeos

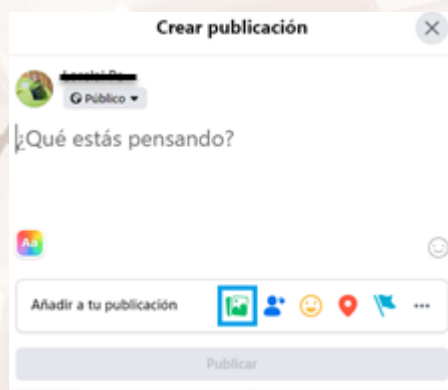


Imagen 35. Añadir una foto o vídeo.

Las fotografías y vídeos son los **elementos multimedia** que los usuarios de Facebook suelen compartir más habitualmente. Hay que tener en cuenta además que los teléfonos inteligentes, tabletas digitales y demás dispositivos móviles permiten hacerlo en cualquier momento y lugar.

Si estás accediendo a Facebook a través de tu ordenador personal o portátil y quieres compartir una foto, debes pulsar en el enlace “Foto/vídeo”. A continuación, busca en tu equipo la fotografía que desees compartir.

También tienes la posibilidad de subir múltiples fotografías a modo de **álbum**. Esta opción es muy habitual a la hora de compartir fotografías relacionadas con un evento o un viaje, por ejemplo. Para ello, debes pulsar en la opción “Añadir fotos o vídeos” y, a continuación, seleccionaremos todas las fotografías que queremos incluir.

Una vez hecha esta operación, Facebook nos mostrará una pantalla en la que podemos editar todas las opciones del “álbum”:

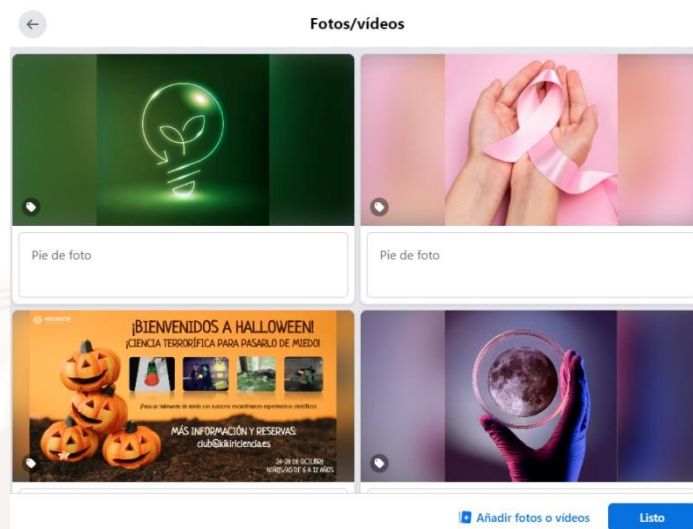


Imagen 36. Nuevo “álbum” en Facebook.

Como se puede apreciar, en esta pantalla aparecen todas las fotografías incluidas. Puedes escribir un comentario o pie de foto en cada una de ellas de manera individual. Además, tienes estas **otras opciones**:

- Indicar la ubicación geográfica donde fueron tomadas las fotos.
- Añadir texto a la fotografía.
- Recortar o rotar la fotografía.

- Añadir más fotografías a las ya incluidas.
- Indicar una breve descripción.

Una vez que hayas terminado de editar las fotos, pulsa en el botón “Listo” para finalizar su publicación.

Este será el aspecto final del “álbum”:

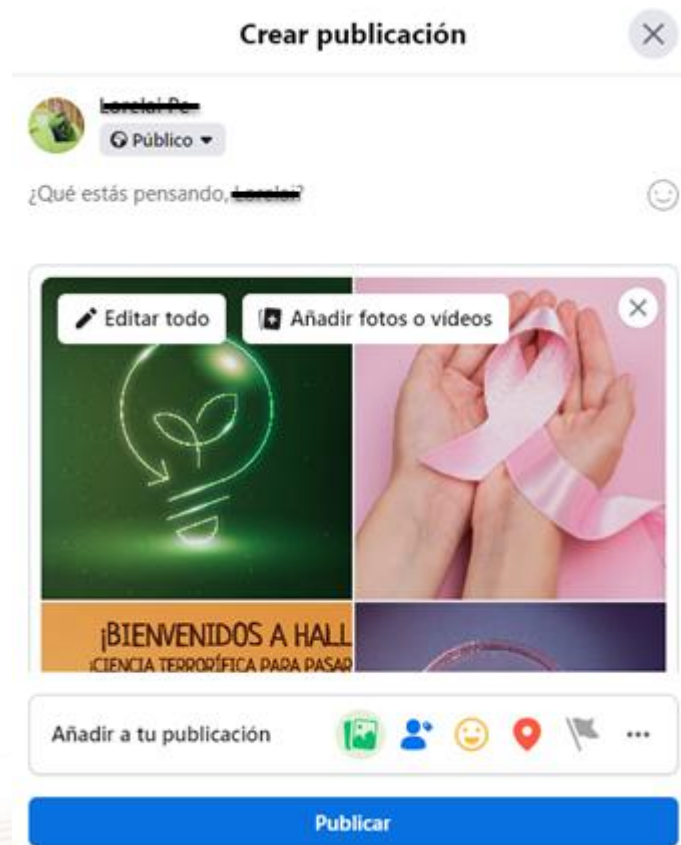


Imagen 37. Publicación finalizada en Facebook.

NOTA: Cesión de derechos. Es importante que sepas que cuando subes fotografías, vídeos y demás material multimedia a Facebook, este se queda con todos los derechos de autor y de imagen. Facebook puede usar y comercializar con el material gráfico que tú compartas. Te recomendamos que leas detenidamente la “política de uso de datos” de Facebook, incluida en sus “Condiciones” (menú inferior a la izquierda).

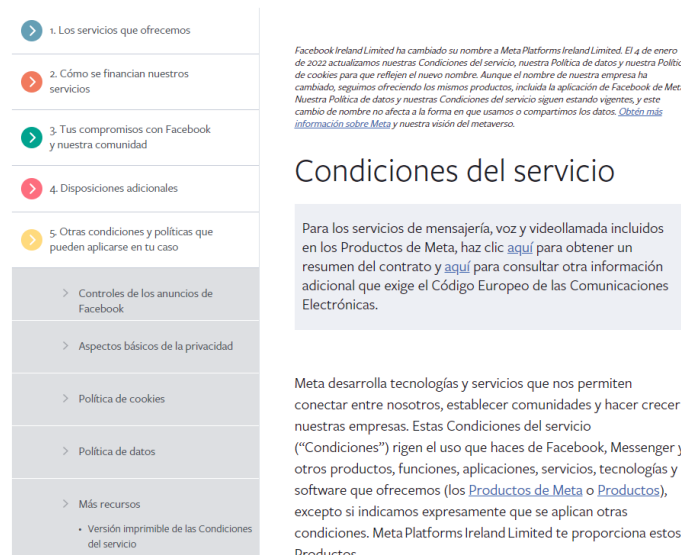


Imagen 38. Condiciones del servicio de Facebook.

3.2. Audiencia de las publicaciones y etiquetado

En el capítulo anterior de esta guía se explicaba cómo establecer un nivel de privacidad predeterminado para todas tus publicaciones. Sin embargo, es posible definir la audiencia de cada publicación de manera **individual**:

Configuración y herramientas de privacidad



Imagen 39. Audiencia de las publicaciones y etiquetado.

A la hora de definir la audiencia de una publicación, tenemos las siguientes opciones:

- **Público:** esto quiere decir que lo ve cualquier usuario, aunque no sea amigo nuestro. Por ejemplo, los amigos de nuestros amigos en Facebook.
- **Amigos:** solo lo pueden ver nuestros amigos.
- **Amigos, excepto:** no mostrar a algunos amigos.
- **Amigos concretos:** mostrar solo a algunos amigos.
- **Solo yo:** solo lo puede ver el autor de la publicación.
- **Personalizado:** a veces es interesante definir de manera muy concreta qué personas queremos que vean nuestra publicación. Utiliza esta opción para personalizarlo.

También es interesante que conozcas la opción de “**Etiquetado**”. Facebook permite etiquetar a amigos en las fotografías y vídeos que compartes. Por ejemplo, para etiquetar a un amigo en una fotografía, lo primero que debes hacer es acceder a la foto en cuestión y pulsar en la opción “Etiquetar”.

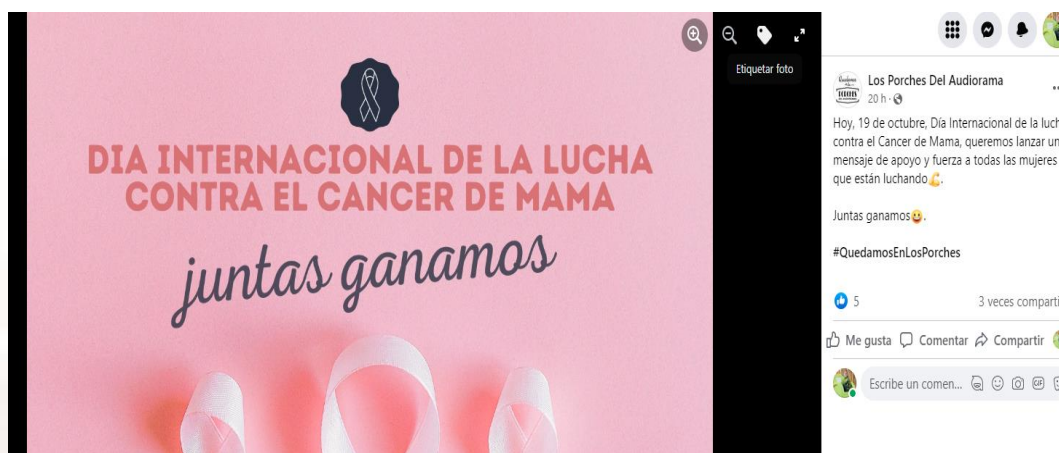


Imagen 40. Etiquetar a una persona en Facebook.

A continuación, haz clic en la zona de la foto en la que quieres que aparezca la etiqueta y elige el contacto que quieres asociar a ella:



Imagen 41. Zona de la fotografía donde queremos situar a la persona que etiquetamos en Facebook.

3.3. Botón “Me gusta” y comentarios

Una de las grandes ventajas que ofrecen las redes sociales es la de permitir que las personas puedan comentar y expresar sus opiniones. Facebook dispone de dos simples, pero potentes herramientas: el botón “Me gusta, Me encanta, divierte, etc.” y los comentarios.

Puedes emplear estas dos opciones cada vez que accedas a un estado, a una fotografía, a un vídeo, etc.:



Imagen 42. Me gusta y comentar en Facebook.

La imagen anterior se corresponde a una publicación de estado. Como se puede ver en la imagen, en la zona izquierda de la pantalla aparece el botón “Me gusta” y debajo un campo de texto en el cual insertar comentarios.

En el caso de las imágenes, vídeos y demás multimedia, el proceso es similar:

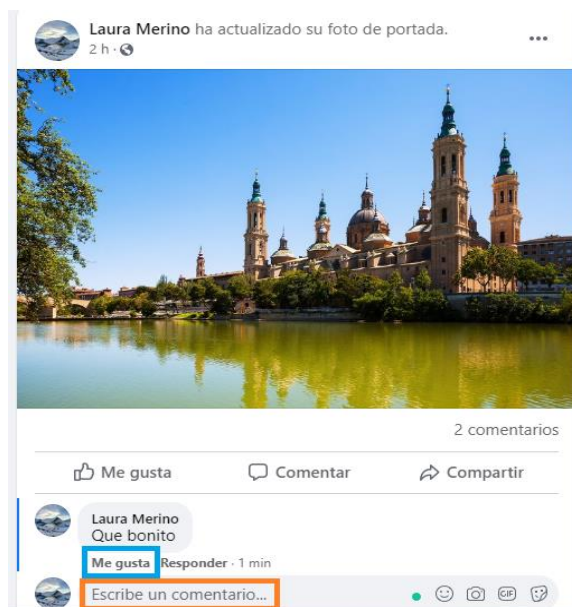


Imagen 43. Vista de una fotografía con el botón “Me gusta” y el campo para comentarios.

3.4. Publicaciones

Como se ha mencionado en el capítulo 2 de esta guía, todas las acciones que realiza el usuario quedan reflejadas en lo que Facebook denomina **publicaciones**. En ella, aparecen ordenadas cronológicamente todas las actividades realizadas por el usuario.

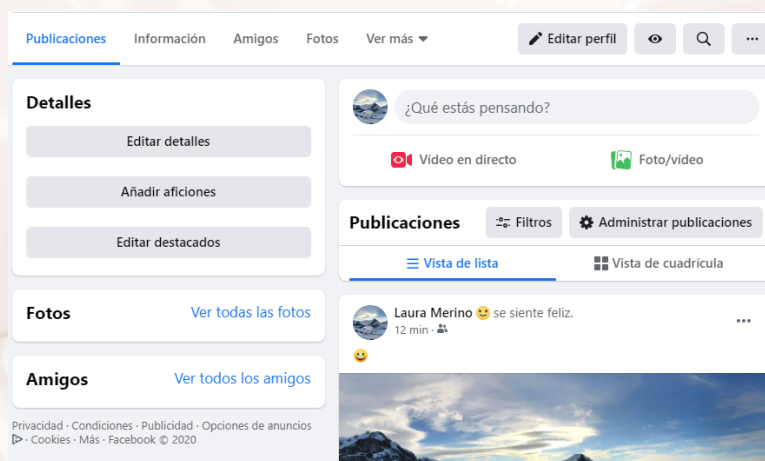


Imagen 44. Biografía de un usuario de Facebook.

3.5. Novedades y actualizaciones

En la parte superior de la pantalla a la derecha, aparecen unos iconos empleados para avisar al usuario de la existencia de novedades y notificaciones relacionadas con su perfil:



Imagen 45. Novedades y actualizaciones de Facebook.

1. **Menú:** en este icono podrás compartir una publicación, una historia, un evento importante, una página, un grupo, un anuncio un evento, una publicación de Marketplace o una recaudación de fondos.
2. **Mensajes (Messenger):** se activa cuando has recibido algún mensaje nuevo. Los mensajes se explican más detalladamente en el siguiente apartado.
3. **Notificaciones:** Es el más empleado, ya que se activa cada vez que un amigo te hace un comentario, cuando has sido etiquetado en una foto, cuando te invitan a un evento, etc. Pulsando en este icono puedes ver las últimas notificaciones recibidas:

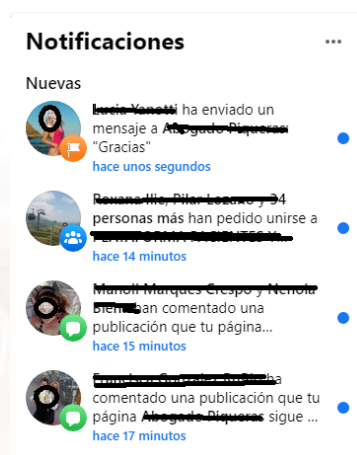


Imagen 46. Sección notificaciones.

Si quieres ver **todas las notificaciones**, pulsa en el enlace “Ver todas”.
Aparecerá en pantalla un listado como el siguiente:



Imagen 47. Todas las notificaciones en Facebook.

3.6. Mensajes

Facebook dispone de su propio sistema de mensajería. Funciona como un buzón de correo electrónico. Para consultar todos tus correos antiguos pulsa en el enlace “Ver todos” (2). Si lo que deseas es redactar un nuevo mensaje, pulsa en el icono de mensajes y después haz clic en el enlace “Enviar un mensaje nuevo” (1):

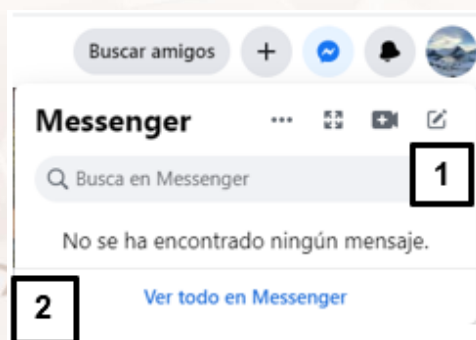


Imagen 48. Mensajes en Facebook.

Accederás a la pantalla de edición del mensaje. En ella tienes que indicar los destinatarios y redactar el cuerpo del mensaje. También puedes adjuntar ficheros. Cuando termines, pulsa el botón “Enviar”:

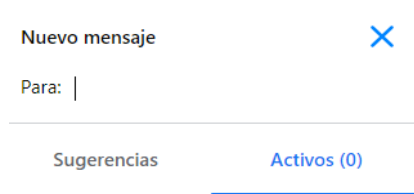


Imagen 49. Enviar mensaje nuevo.

Cuando recibas repuesta a tu mensaje, se mostrará de la siguiente manera:



Imagen 50. Respuesta al mensaje.

3.7. Búsquedas

Una característica muy importante de Facebook es su buscador. Este permite al usuario encontrar personas, lugares y cosas. Podremos buscar personas, pero luego utilizar filtros por regiones, por centro educacional –ya sea colegio, universidad, MBA-, por nombre de empresa u organización, entre otras opciones:



Imagen 51. Buscador Facebook.

Basta con empezar a teclear en el campo de texto y Facebook irá sugiriendo personas, lugares y conceptos en función de los caracteres que hayas insertado. Es muy útil, por ejemplo, a la hora de buscar el perfil de nuestros amigos:

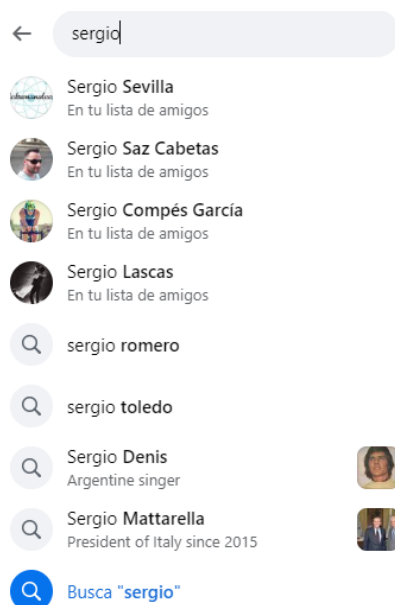


Imagen 52. Buscar personas en Facebook.

También es habitual usar el buscador para encontrar **lugares y otros blogs**: Un valor añadido de este buscador es que también podrás buscar páginas y blogs. El ingreso de parámetros básicos nos devuelve un gran listado de páginas de fans, que a su vez también podremos dividir por tipo, y hasta podemos decidir mirar solamente blogs de la categoría, sitios web o concentrarnos en las páginas de Facebook que tienen muchos seguidores:



Imagen 53. Buscar lugares en Facebook.

3.8. Eventos

Tratándose de una red social, es lógico que Facebook incorpore la opción de crear **eventos**. Un evento puede ser un viaje, una conferencia, un curso, una fiesta de cumpleaños, etc. Pulsa en la opción “Crear” del menú vertical situado en la parte derecha de la pantalla y, a continuación, selecciona la opción “Evento”:



Imagen 54. Evento.

Indica los datos más importantes del evento: nombre, información, fecha, hora, privacidad, etc. Pulsa siguiente, añade la ubicación física del evento y crea el evento. Por último, pulsa en el enlace “Invitar” para enviar **invitaciones** a tus contactos.

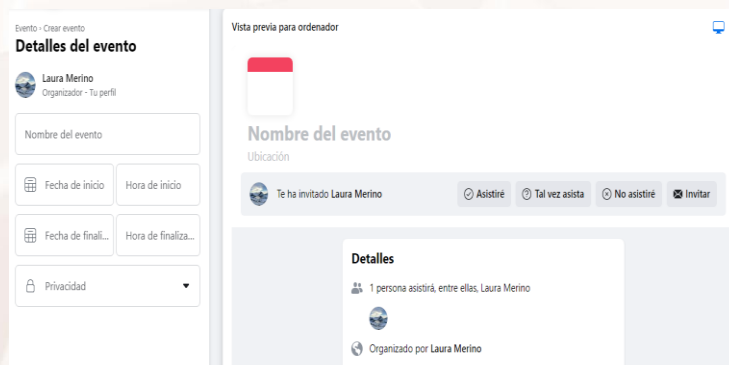


Imagen 55 Crear nuevo evento en Facebook.

Aparecerá una pantalla que te permite buscar a tus amigos. Selecciona a los que quieres invitar al evento y pulsa el botón “Guardar”:

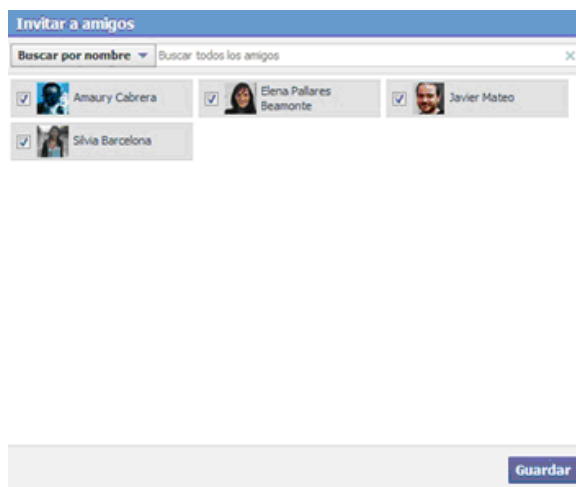


Imagen 56 Invitar a amigos.

Una vez publicado el evento, esta será su apariencia pública para todos los usuarios de Facebook:

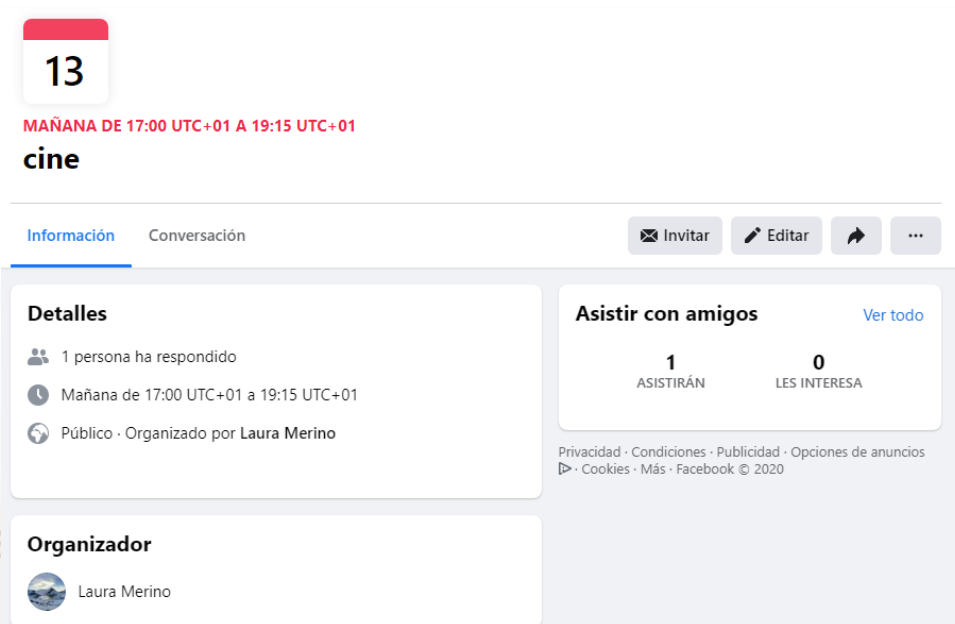


Imagen 57. Evento creado en Facebook.

Puedes consultar cómo crear o editar un evento en el siguiente enlace: [¿Cómo puedo crear o editar un evento de Facebook?](https://www.facebook.com/help/210413455658361?helpref=about_content)²¹

²¹ https://www.facebook.com/help/210413455658361?helpref=about_content

3.9. Chat

Facebook dispone de un sistema de **chat** integrado, conocido como Messenger, que permite conversar con tus amigos mediante el envío de mensajes de texto en tiempo real. En la parte superior derecha de la pantalla aparece esta barra:



Imagen 58. Messenger de Facebook.

El punto de color verde quiere decir que tu estado en el chat es **disponible**. Es decir, estás indicando al resto de usuarios que no tienes ningún inconveniente en iniciar una conversación. El número entre paréntesis muestra cuántos de tus contactos están disponibles para conversar. Pulsa en la palabra “chat” para consultar qué usuarios son los que están disponibles. La disponibilidad de tu chat Facebook establece cómo apareces ante tus amigos en la lista del chat. Cuando entras a tu cuenta de Facebook, tu nombre aparece en la barra lateral del chat de tus amigos que estén conectados. Cuando eliges aparecer como “disponible”, aparecerá el cuadro verde comentado junto a tu nombre. Cuando estás disponible pero inactivo, una luna gris aparece junto a tu nombre. Cuando no estás disponible, tu nombre aparece sin un icono:

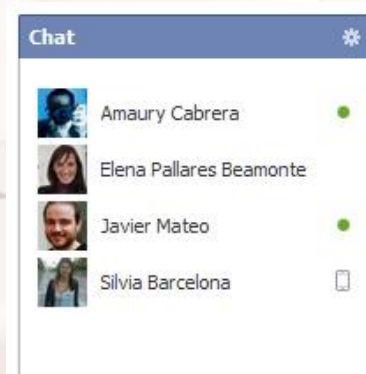


Imagen 59. Personas conectadas al Chat de Facebook.

Para iniciar una conversación con uno de los contactos disponibles (los que se muestran con el punto de color verde) haz clic en su nombre:



Imagen 60. Comenzar a conversar por el Chat de Facebook.



04. Opciones avanzadas en Facebook.

4.1 Aplicaciones

Desde su inicio, Facebook ha dispuesto de una serie de **aplicaciones básicas** que sirven para facilitar al usuario algunas de las tareas típicas de esta red social (algunas de ellas ya han sido explicadas en esta guía), como, por ejemplo:

- Gestión de fotos.
- Gestión de mensajes.
- Búsqueda de amigos.
- Eventos.
- Juegos, etc.

La expansión de Facebook ha propiciado la aparición de miles de aplicaciones, juegos y demás sitios web que ofrecen sus servicios de manera **integrada** sin salir Facebook. Es por ello que Facebook ha creado una opción para realizar llamadas y videollamadas dentro de Facebook Messenger.

Para realizar una llamada o videollamada debes hacer clic con el ratón en el icono de Messenger situado en la parte superior derecha. Como se puede observar, lo primero que ves son los chats de amigos con los que has iniciado una conversación en Facebook Messenger.

NOTA: Para poder realizar videollamadas, tu Smartphone o PC debe tener una cámara.

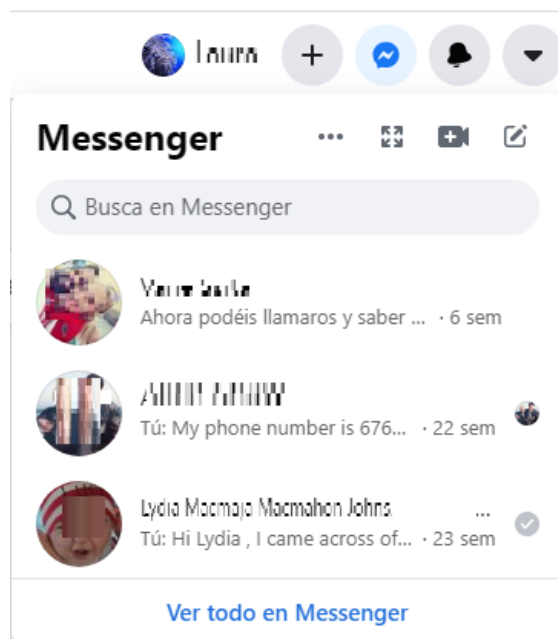


Imagen 61. Chat de Messenger

Desde aquí puedes realizar las siguientes acciones:

Hacer llamadas

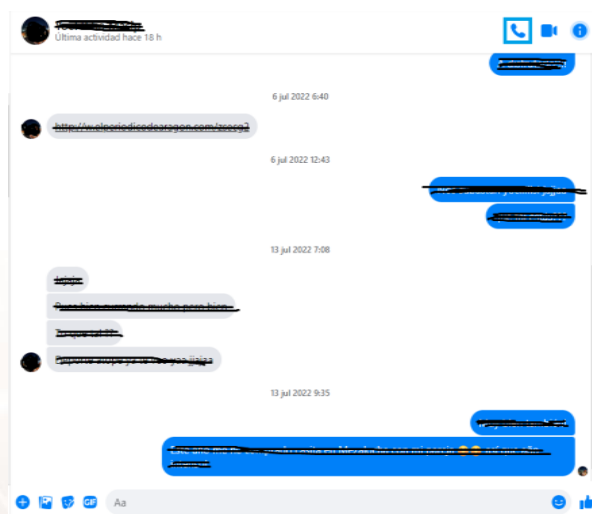


Imagen 62. Icono llamada

El primer icono que aparece en la parte superior derecha es para realizar llamadas con tus amigos de Facebook. Haz clic en el icono e inicia una llamada de voz con tus amigos.

Hacer videollamadas

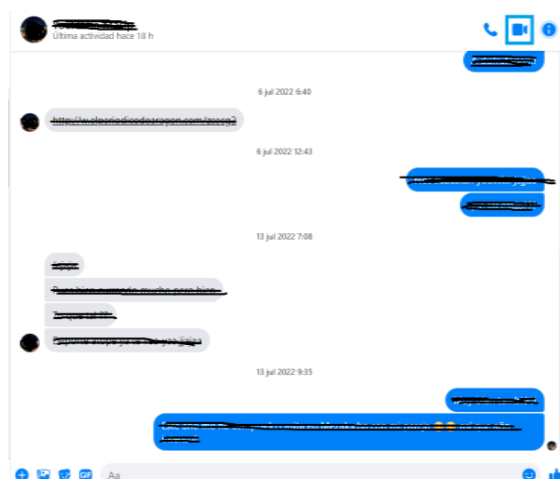


Imagen 63. Icono videollamada

Al igual que las llamadas, debes hacer clic en el icono y realizar una videollamada. Estas aplicaciones permiten su uso desde dispositivos móviles como teléfonos inteligentes (*smartphones*) o tabletas digitales.

Crear una sala

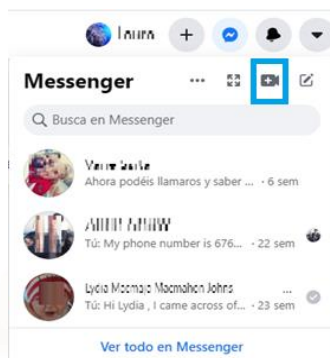


Imagen 64. Gestionar opciones relacionadas con la aplicación.

Crear salas de videoconferencia en Facebook: tienen la capacidad para conectar a 50 personas al mismo tiempo. Una vez que haces clic en el icono de una cámara situada en el margen derecho, te da la opción de crear una sala.

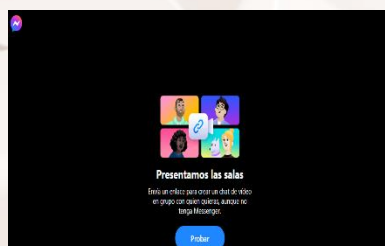


Imagen 65. Imagen crear sala

En la zona inferior de la pantalla aparece el botón “probar”. A continuación, aparecerá un enlace para compartirlo con cualquier persona, aunque no se encuentre entre nuestros contactos o ni siquiera tenga Facebook o Messenger. Haz clic en “copiar” enlace y compártelo pegándolo en el chat de tus amigos.

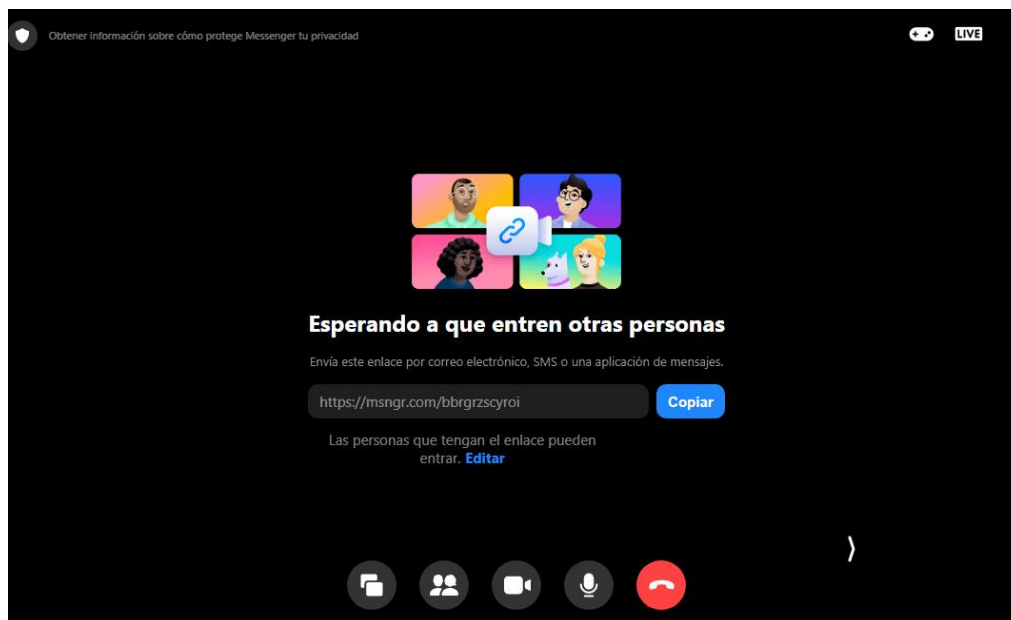


Imagen 66. Imagen copiar enlace

Una vez enviadas las invitaciones, hay que esperar a que nuestros contactos se unan a la llamada. Si queremos dar por finalizada la sesión, hacemos clic en el icono de colgar o salir de la sala.

4.2. Grupos

Es muy frecuente que, de entre todos tus amigos de Facebook, tengas la necesidad de seleccionar solo a unos cuantos con el objetivo de comunicarte con ellos y compartir información sin que esta sea visible para el resto de tus contactos. Un caso típico es cuando un grupo de amigos comparte una afición o hobby. En estos casos, es recomendable **crear un grupo**. Un grupo de Facebook, al igual que en la vida real, es una “zona” dentro de esta red social formado por un conjunto de personas limitado a los que les une un interés o materia en común.

Por ello, cuando hacemos referencia a uno de ellos en esta red social, pensamos en un grupo formado por usuarios que coinciden en la plataforma compartiendo este interés, afición o, por ejemplo, una comunidad de trabajo colaborativo.



Imagen 67. Crear nueva comunidad.

Como se aprecia en la imagen, el proceso de creación de un grupo es muy sencillo. Tan solo debes especificar la siguiente información:

1. **Nombre de la comunidad:** intenta que sea un nombre lo más descriptivo posible.
2. **Privacidad:** es importante definir bien la privacidad del grupo. Tienes dos opciones:
 - **Público:** todo el mundo puede ver quién pertenece al grupo y lo que en él publican por sus miembros.
 - **Privado:** es como un grupo abierto, pero solo los miembros del grupo pueden ver las publicaciones.
3. **Invita a amigos:** escoge los amigos que quieres que pertenezcan a este grupo.

Una vez que hayas definido estos parámetros, pulsa el botón “Crear”.

El grupo ya está creado. Su aspecto final será parecido a esto:



Imagen 68. Nuevo grupo de Facebook.

4.3. Listas de amigos

En el momento de darte de alta en Facebook, se crean unas **listas** con el objetivo de que clasifiques a tus contactos y te sea más fácil comunicarte con ellos. Estas listas, en primera instancia, están vacías y son las siguientes:

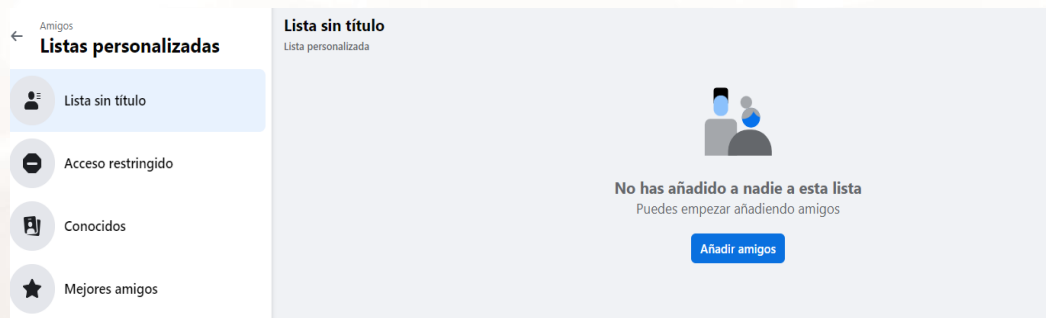


Imagen 69. Crear una lista de amigos.

A nivel general, hay listas comunes para todos los usuarios (“Mejores amigos”, “Conocidos”, “Familia” y “Acceso restringido”).

Es posible que tengas la necesidad de crear una **nueva lista** distinta a las que Facebook te proporciona por defecto. Para ello, pulsa el botón “Crear una lista”.

Una vez que ya está creada la lista, puedes acceder a ella y consultar las actividades más recientes de sus miembros:



Imagen 70. Lista "Amigos del pueblo" creada.

Por supuesto, tienes la posibilidad de administrar la lista en cualquier momento. Puedes editar sus miembros, cambiar su nombre, configurar su tipo de actualización, etc. Por ejemplo, si deseas añadir o quitar algún contacto de la lista, despliega el menú “Administrar lista” y escoge la opción “Editar lista”:

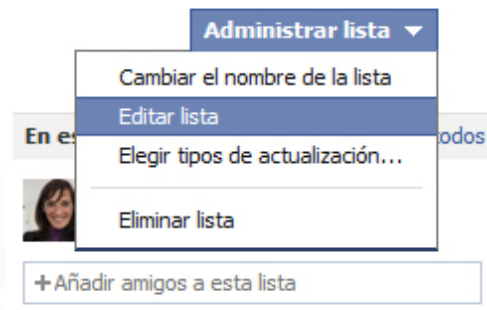


Imagen 71. Editar lista.

Aparecerá en pantalla un listado con los miembros de la lista:

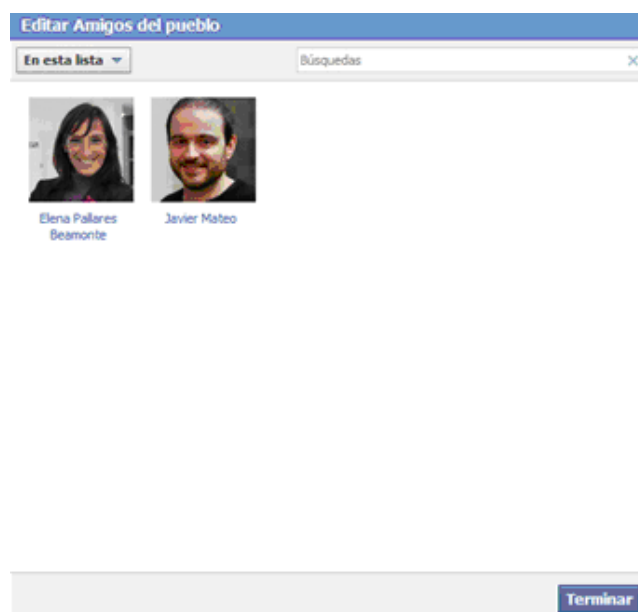


Imagen 72. Editar lista de "Amigos del pueblo" en Facebook.

Puedes añadir más amigos buscándolos por su nombre. También puedes eliminar a un miembro de la lista pasando el puntero del ratón por encima de su fotografía y haciendo clic en el aspa con forma de "x".

4.4. Configuración general de la cuenta

Para concluir el bloque de esta guía, dedicado a las opciones de usuario, vamos a explicar brevemente los aspectos generales relacionados con tu cuenta de Facebook. Para ello, despliega el menú "Inicio", situado en la parte superior derecha de la pantalla (y representado con una flechita que apunta hacia abajo) y accede a la opción "Configuración y privacidad":

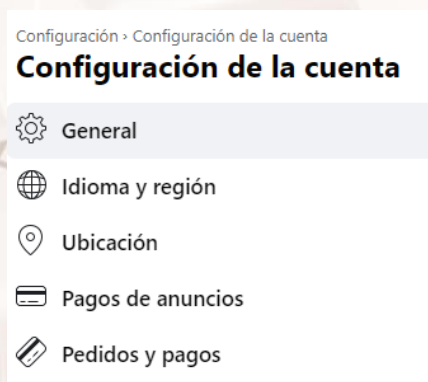


Imagen 73. Configuración de la cuenta.

Como puedes observar, esta configuración está dividida en 5 apartados: “General”, “Idioma y región”, “Ubicación”, “Pagos de anuncios”, “Pedidos y pagos”.

Anteriormente y debido a su importancia, se ha explicado de manera detallada el apartado “Privacidad”. Veamos ahora una breve descripción de algunos de los otros aspectos también importantes:

General

Configuración general de la cuenta

Para descargar tus datos, accede a tu información de Facebook .		
Nombre	Silvia Rodríguez López	Editar
Nombre de usuario	https://www.facebook.com/silvia.rodriguezlopez.1291	Editar
Contacto	Principal: silviarodriguezlopez@gmail.com	Editar
Temperatura	Centígrados	Editar
Administrar cuenta	Modifica la configuración de tu contacto de legado o desactiva tu cuenta.	Editar
Confirmación de identidad	Confirma tu identidad para realizar acciones como publicar anuncios con contenido político.	Ver

Imagen 74. Pestaña de configuración, General.

Son opciones de carácter general como, por ejemplo, tu nombre, nombre de usuario, correo electrónico, contraseña, etc. Están relacionadas con la identificación y el acceso a tu cuenta de usuario.

Seguridad e inicio de sesión

Configuración

- General
- Seguridad e inicio de sesión**
- Tu información de Facebook
- Privacidad
- Reconocimiento facial
- Perfil y etiquetado
- Publicaciones públicas

Seguridad e inicio de sesión

Dónde has iniciado sesión

 Ordenador Windows · Cadrete, Spain Edge (Chromium Based) · Activa ahora
 Ordenador Windows · Alcoy, Spain Chrome · hace 5 minutos
Ver más

Inicio de sesión

 Cambiar contraseña
Se recomienda usar una contraseña segura que no uses para ningún otro sitio

[Editar](#)

Imagen 75. Pestaña de configuración, Seguridad e inicio de sesión.

Las opciones de este apartado tienen que ver con el nivel de seguridad asociado a tu cuenta. Desde aquí puedes: establecer una pregunta secreta que ayude a

Facebook a identificarte en el caso de que no recuerdes tu contraseña, activar/desactivar las notificaciones de inicio de sesión, establecer contraseñas asociadas a aplicaciones, etc.

Tu información de Facebook



Configuración

- General
- Seguridad e inicio de sesión
- Tu información de Facebook**
- Privacidad
- Reconocimiento facial
- Perfil y etiquetado
- Publicaciones públicas
- Bloqueos
- Ubicación
- Idioma y región
- Historias

Tu información de Facebook

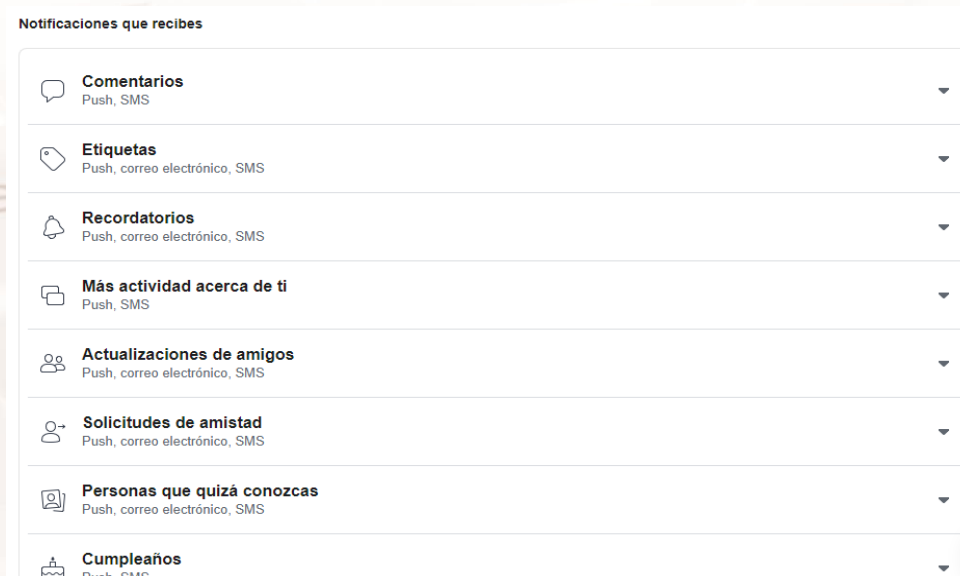
Puedes ver o descargar tu información, y eliminar tu cuenta cuando quieras.

Acceder a tu información	Consulta tu información por categoría.	Ver
Transferir una copia de tus fotos o videos	Transfiere tus fotos o videos a otro servicio.	Ver
Descargar tu información	Descarga una copia de tu información para conservarla o transferirla a otro servicio.	Ver
Registro de actividad	Consulta y administra tu información y algunas opciones de configuración.	Ver
Actividad fuera de Facebook	Consulta o desvincula la actividad de empresas y organizaciones que visitas fuera de Facebook.	Ver
Administrar tu información	Obtén más información sobre cómo administrar tu información.	Ver

Imagen 76. Pestaña de configuración, Tu información de Facebook.

Puedes acceder a tu información personal de Facebook, descargar toda tu información y borrar tu cuenta. También desde esta pestaña se permite administrar tu información.

Notificaciones



Notificaciones que recibes

	Comentarios Push, SMS	▼
	Etiquetas Push, correo electrónico, SMS	▼
	Recordatorios Push, correo electrónico, SMS	▼
	Más actividad acerca de ti Push, SMS	▼
	Actualizaciones de amigos Push, correo electrónico, SMS	▼
	Solicitudes de amistad Push, correo electrónico, SMS	▼
	Personas que quizá conozcas Push, correo electrónico, SMS	▼
	Cumpleaños Push, SMS	▼

Imagen 77. Pestaña de configuración, Notificaciones.

Accede a este apartado para configurar todo lo relativo a las notificaciones que recibes por parte de Facebook. Puedes especificar qué notificaciones quieres recibir y de qué manera.

Publicaciones publicadas

Configuración

- General
- Seguridad e inicio de sesión
- Tu información de Facebook
- Privacidad
- Reconocimiento facial
- Perfil y etiquetado
- Publicaciones públicas**
- Bloqueos
- Ubicación
- Idioma y región

Filtros y herramientas de publicaciones públicas

Quién puede seguirme Los seguidores ven tus publicaciones en la sección de noticias. Tus amigos siguen tus publicaciones de forma predeterminada, pero también puedes permitir que otras personas que no sean tus amigos sigan tu contenido público. Usa esta configuración para elegir quiénes pueden seguirte. Cada vez que publicas, eliges la audiencia con la que quieres compartir. Esta configuración no se aplica a las personas que sigues en Marketplace y los grupos de compraventa. Puedes administrar la configuración correspondiente en Marketplace. [Más información](#)

Comentarios de publicaciones públicas ¿Quién puede comentar tus publicaciones públicas? **Público** [Editar](#)

Notificaciones de publicaciones públicas Recibe notificaciones de **Público** [Editar](#)

Información del perfil público ¿Quién puede comentar o indicar que le gustan tus fotos del perfil públicas y otra información del perfil? **Amigos** [Editar](#)

Imagen 78. Pestaña de configuración, publicaciones publicadas.

En Facebook existe la posibilidad de permitir que algunas personas puedan leer tus actualizaciones “públicas” sin necesidad de que estas personas sean amigas tuyas en Facebook. A estos usuarios se les conoce como “suscriptores”. Activa esta opción si quieres permitir que haya gente suscrita a ti.

Móvil

Configuración

- General
- Seguridad e inicio de sesión
- Tu información de Facebook
- Privacidad
- Reconocimiento facial
- Perfil y etiquetado
- Publicaciones públicas
- Bloqueos
- Ubicación
- Idioma y región

Configuración del móvil

Si añades tu número de móvil actual, podrás cambiar la contraseña fácilmente y recibir notificaciones por SMS. También contribuye a que tú y otras personas recibáis sugerencias de amistad y veáis mejores anuncios. Solo tú verás el número. [Más información](#)

También puedes actualizar tu estado, buscar números de teléfono o cargar fotos y vídeos desde tu teléfono.

[+ Añadir un número de teléfono](#)

¿Ya has recibido el código de confirmación?

Código de confirmación [Confirmar](#)

Para información adicional sobre cómo usar Facebook en el móvil, consulta [Facebook para dispositivos móviles](#).

Imagen 79. Pestaña de configuración, Móvil.

Si dispones de un dispositivo móvil con conexión a Internet, puedes usarlo para gestionar tu cuenta de Facebook y recibir sus notificaciones. Este apartado permite añadir un teléfono móvil y asociarlo a tu cuenta de usuario.

NOTA: Consulta el último capítulo de esta guía para conocer todo lo relacionado con el uso de Facebook en dispositivos móviles.

Facebook Pay

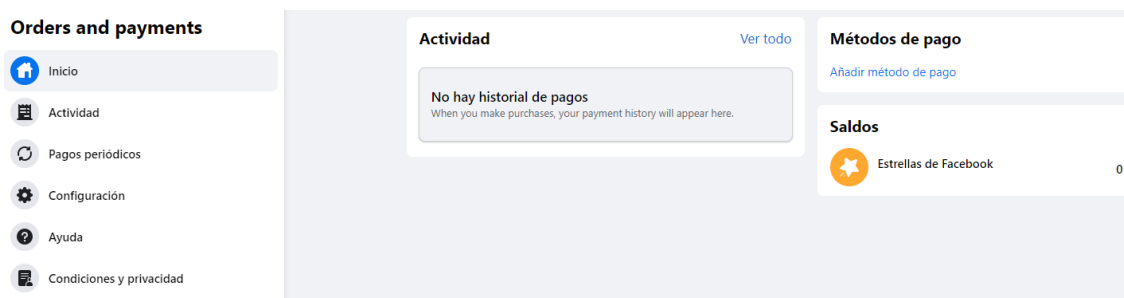


Imagen 80. Pedidos y pagos en Facebook

En Facebook existe la posibilidad de comprar “créditos”. Estos créditos son necesarios, por ejemplo, para acceder a los artículos denominados “Premium” o para poder disfrutar de algunos juegos en modalidad de pago. Accede a este apartado para administrar todo lo relacionado con la gestión de pagos.

Anuncios

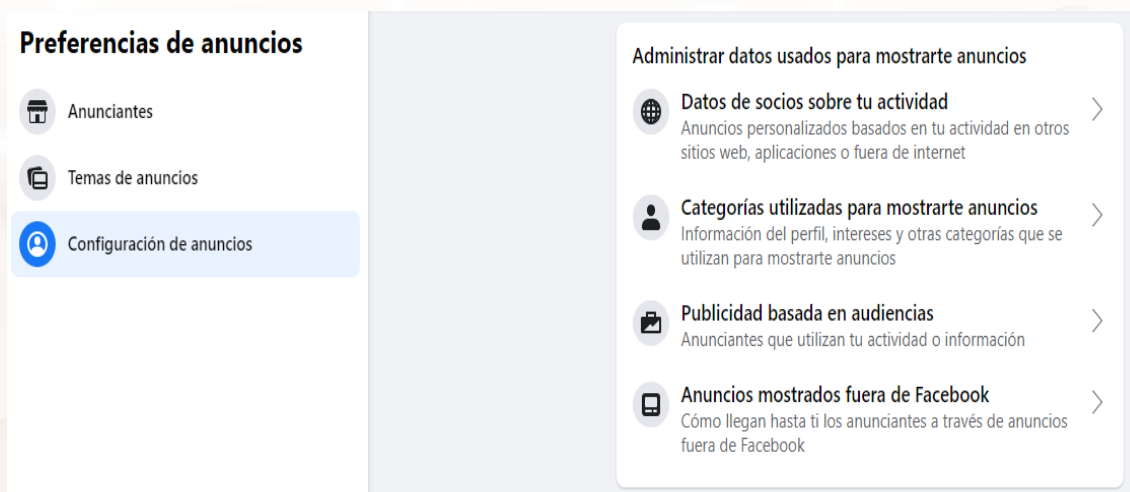


Imagen 81. Pestaña de configuración, Anuncios.

Con frecuencia, Facebook te muestra información acerca de los productos o servicios que les gusta a tus amigos. Accede a este apartado si deseas

gestionar todo lo relacionado con estos “anuncios sociales” y la manera en la que tus contactos ven tus gustos.

NOTA: Cada vez es más habitual que las marcas usen Facebook y el resto de redes sociales con usos comerciales y como parte de su plan de marketing. El capítulo siguiente de esta guía está dedicado a este tema.

4.5. Desactivación de tu cuenta

Una vez que la cuenta es creada, puedes o bien desactivarla temporalmente o bien eliminarla. Con la desactivación tu perfil estará inactivo y no se podrá acceder a él. Sin embargo, tu nombre aún puede aparecer en listas de amigos, grupos, páginas, etc.

Para desactivar tu cuenta, accede al apartado “Tu información de Facebook” de la “Configuración general de la cuenta” y pulsa en el enlace al final de la página “Desactivación y eliminación”.



Tu información de Facebook		
Consulta o descarga la información de tu perfil y administra su actividad.		
Acceder a la información del perfil	Consulta la información de tu perfil por categoría.	Ver
Transferir una copia de tu información	Copia tus fotos, videos, publicaciones u otra información a otro servicio.	Ver
Descargar información del perfil	Descarga una copia de la información de tu perfil para conservarla o transferirla a otro servicio.	Ver
Registro de actividad	Consulta y administra la actividad de tu perfil.	Ver
Actividad fuera de Facebook	Consulta o desvincula la actividad de empresas y organizaciones que visitas fuera de Facebook.	Ver
Administrar tu información	Obtén más detalles sobre cómo puedes administrar tu información.	Ver
Desactivación y eliminación	Desactiva tu cuenta durante un tiempo o elimínala definitivamente.	Ver

Imagen 82. Eliminar tu cuenta de Facebook.

Accederás a continuación a la siguiente pantalla:

Desactivar o eliminar tu cuenta de Facebook
Si quieres tomarte un descanso de Facebook, puedes desactivar tu cuenta. Si quieres eliminarla definitivamente, avísanos.

☒ **Desactivar la cuenta**
Esto puede ser temporal.
Se desactivará tu cuenta y se eliminarán el nombre y las fotos de la mayor parte del contenido que has compartido, pero podrás seguir usando Messenger.

☐ **Eliminar cuenta**
Esto es permanente.
Si eliminas tu cuenta de Facebook, no podrás recuperar el contenido ni la información que hayas compartido en Facebook. También se eliminarán Messenger y todos sus mensajes.

Cancelar Continuar con la desactivación de la cuenta

Imagen 83. Opciones de eliminar una cuenta de Facebook.

Esta es la pantalla de confirmación para la desactivación de tu cuenta.

Antes de eliminar la cuenta definitivamente debes tener presente lo siguiente:

- No podrás reactivar tu cuenta.
- Se eliminarán permanentemente tu perfil, fotos, publicaciones y todo el contenido que hayas añadido. No podrás recuperar ningún contenido que hayas añadido.
- Ya no podrás seguir usando Facebook Messenger.
- No podrás utilizar el inicio de sesión con Facebook en otras aplicaciones en las que te hayas registrado con tu cuenta de Facebook.
- Es posible que cierta información (como los mensajes que has enviado a amigos) siga estando visible después de eliminar la cuenta. Las copias de los mensajes que has enviado están almacenadas en las bandejas de entrada de tus amigos.

Para más información sobre la eliminación de la cuenta puedes leer el siguiente post: [Cómo borrar tu cuenta de Facebook definitivamente](https://www.xataka.com/basics/como-eliminar-tu-cuenta-de-facebook-definitivamente)²²

²² <https://www.xataka.com/basics/como-eliminar-tu-cuenta-de-facebook-definitivamente>

05. Uso comercial y marketing a través de Facebook.

5.1. Páginas de Facebook

En el capítulo 3 de esta guía se ha mencionado el botón “Me gusta” y la posibilidad que los usuarios de Facebook tienen de hacer comentarios, indicar qué productos les gusta, realizar una queja por un servicio deficiente.... En definitiva, Facebook permite a las personas **expresarse**.

Esto no ha pasado desapercibido para las **empresas** y cada vez son más las que se benefician de las ventajas que el *social media* y el *marketing online* ofrecen a la hora de promocionar sus productos/servicios y dar una mejor atención al cliente.

En este sentido, Facebook es una de las herramientas más potentes y prácticamente todas las grandes marcas poseen su página en Facebook. Veamos algunos ejemplos:



Imagen 84. Página en Facebook de Coca-Cola.



Imagen 85. Página de Facebook del Real Zaragoza.

Pero las páginas de Facebook no son de uso exclusivo para grandes marcas o compañías multinacionales. Cualquier negocio, por pequeño que sea, puede promocionarse mediante su página en Facebook:



Imagen 86. Página en Facebook de la empresa Eventos Fotográficos en Zaragoza.

El proceso para **crear una página** de Facebook para un negocio es el siguiente:

1. Ir a la página de inicio de Facebook en el icono de crear hacer clic en el enlace “Crear una página”,

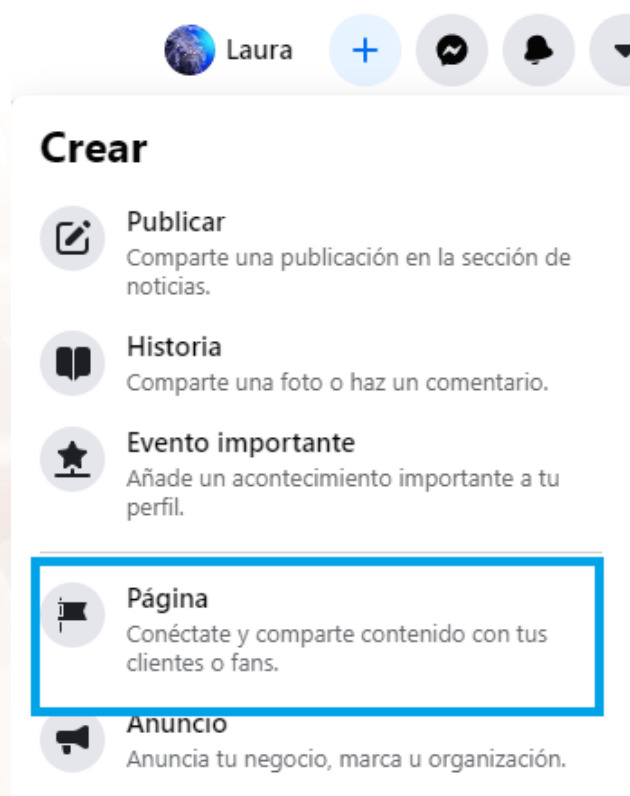


Imagen 87. Crear una página.

2. A continuación, debes rellenar todos los datos seleccionados de la misma:

The image shows the Facebook 'Crear una página' (Create a page) interface. On the left is a form with the following fields: 'Nombre de la página (obligatorio)' (Page name, required), 'Categoría (obligatorio)' (Category, required), and 'Presentación (opcional)' (Intro, optional). Below these fields is a 'Crear página' (Create page) button. On the right is a 'Vista previa para ordenador' (Desktop preview) of the created page. The preview shows a placeholder profile picture, the page name, and navigation tabs for 'Publicaciones', 'Acercas de', 'Seguidores', 'Fotos', 'Videos', and 'Ver más'. It also includes buttons for 'Seguir' (Follow) and 'Enviar mensaje' (Send message).

Imagen 88. Crear una página, empresa o marca.

3. Por último y al igual que ocurre cuando creamos una nueva cuenta de usuario personal, debes rellenar todos los datos públicos relacionados con la página:

The image shows the Facebook 'Personaliza tu página' (Customize your page) interface. It includes the following options: 'Añadir foto del perfil o arrastra y suelta' (Add profile picture or drag and drop), 'Añadir foto de portada o arrastra y suelta' (Add cover photo or drag and drop), and a blue button labeled 'Añadir botón de llamada a la acción' (Add call-to-action button).

Imagen 89. Personalizar la información de la cuenta.

Por último, hay que mencionar que es posible **migrar** una cuenta personal a una *Fanpage* o Página de Facebook. En ocasiones ocurre que, lo que comienza siendo una página personal con unos pocos contactos, con el tiempo se convierte en un perfil con cientos o incluso miles de contactos y, por lo tanto, distintas necesidades. En estos casos es recomendable reconvertir la cuenta personal a una Página de negocio, ya que estas cuentan con mejores herramientas para comunicarse e interactuar con sus seguidores y contactos.

Para llevar a cabo esta conversión, puedes seguir los pasos explicados en este [post](#)²³ en el que también encontrarás respuesta a otras dudas frecuentes sobre la creación de una *Fanpage*.

5.2. Anuncios patrocinados

Buena parte de los ingresos económicos que recibe Facebook es a través de los anuncios que aparecen en el lateral derecho de la pantalla:



Imagen 90. Anuncios patrocinados de Facebook.

Los anuncios que ve cada usuario en su perfil son **distintos** y varían en función de sus gustos (*Likes* del botón “Me gusta”) y los gustos de sus contactos. Las empresas pueden pagar por promocionarse en Facebook.

Veamos la pantalla de creación de un anuncio:



Imagen 91. Pantalla de creación de un anuncio.

²³ <https://conviertemas.com/crear-una-fan-page/>

Como se puede ver en la parte izquierda de la pantalla, Facebook proporciona las **herramientas** necesarias para hacer el seguimiento, monitorización y facturación de cada campaña o anuncio.

Los anuncios de Facebook pueden promocionar una empresa, un evento, un producto, etc. El **precio** de cada anuncio es diferente dependiendo de las condiciones que el usuario contrate:

Anúnciate en Facebook

Configura tu anuncio o historia patrocinada [Más información sobre la publicidad](#)

Elige un destino dentro de Facebook o escribe una dirección web:

Fiesta de cumpleaños María

Fiesta de cumpleaños María

Evento

07/31/2012 21:00-08/01/2012 00:00

Las personas verán: Un nuevo anuncio sobre Fiesta de cumpleaños María

Título: [?] Fiesta de cumpleaños Marí

Quedan 0 caracteres

Elige tu público [Más información acerca de la segmentación](#)

Ubicación: [?] Estados Unidos

País

Estado/Provincia

Ciudad

Código postal

Edad: [?] 13 - Sin máximo ☐ Requiere coincidencia por edad exacta [?]

Sexo: [?] ☒ Todas ☐ Hombres ☐ Mujeres

Intereses concretos: [?] Introduce un interés...

Categorías amplias: [?] Actividades Negocios/Tecnología

Campaña, precios y programación [Más información acerca de los precios](#)

Divisa de la cuenta: USD

País de la cuenta: United States

Franja horaria de la cuenta: America/Los_Angeles

Campaña y presupuesto

Nombre de la nueva campaña: [?] Nueva campaña

Presupuesto de la campaña: [?] 10 USD Diario

Calendario de la campaña: [?] ☒ Poner mi campaña en circulación ininterrumpidamente a partir de hoy

Preco: [?] Se le cobrará cada vez que alguien vea tu anuncio o historia patrocinada (CPM) porque no has elegido los días como objetivo.

[Revisar el anuncio](#)

Al hacer clic en el botón "Realizar pedido", acepto la Declaración de derechos y responsabilidades de Facebook, incluida mi obligación de cumplir las Normas de la publicidad de Facebook. Soy consciente de que el incumplimiento de estas Condiciones y de las Normas de la publicidad puede tener diversas consecuencias, como la cancelación de anuncios o la eliminación de mi cuenta. Asimismo, entiendo que si resido en Estados Unidos o Canadá o si mi negocio se encuentra en estos países, formalizo este acuerdo con Facebook, Inc., mientras que si resido en otro país, o si mi negocio se encuentra en otro país, formalizo este acuerdo con Facebook Ireland Limited.

Facebook © 2012 - Español (España) [Acercas de](#) [Crear un anuncio](#) [Crear una página](#) [Desarrolladores](#) [Empleo](#) [Privacidad](#) [Cookies](#) [Condiciones](#) [Ayuda](#)

Imagen 92. Configuración de un anuncio patrocinado de Facebook.

06. Uso de Facebook en dispositivos móviles.

6.1. En cualquier momento y lugar

La gran expansión que ha habido estos últimos años en el uso de dispositivos móviles por todo el mundo ha provocado una auténtica **revolución** en la manera en la que las personas se comunican con sus amigos, familiares y demás personas de su entorno. Estos dispositivos permiten realizar tareas que hasta ahora estaban reservadas a caros y pesados equipos multimedia. Los actuales teléfonos móviles o *smartphones* son capaces, por ejemplo, de tomar fotografías de gran calidad y grabar vídeos en alta definición.



Imagen 93. Teléfono inteligente de última generación (también llamado smartphone).

Todo ello, añadido a la posibilidad de conectarlos a Internet a través de conexiones *wifi* o mediante el pago de una tarifa de datos (4/5G), ha provocado que cualquier persona que disponga de un dispositivo de estas características sea capaz de comunicarse y compartir información en **cualquier momento** y desde **cualquier lugar**.

Y es en este punto donde las **redes sociales** han tomado gran protagonismo. Se han convertido en las plataformas de comunicación perfectas para cientos de millones de usuarios en todo el mundo. En 2016, [el teléfono móvil superó por primera vez al ordenador para acceder a Internet](https://www.elmundo.es/sociedad/2016/04/04/57026219e2704e90048b465e.html)²⁴ y actualmente continúa haciéndolo.

6.2. Cómo disponer de Facebook en tu dispositivo móvil

Pero... ¿todos los dispositivos móviles permiten conectarse a Facebook? ¿Qué debo hacer para lograr conectarme? Para disponer de Facebook en tu dispositivo móvil, lo primero que necesitas saber es el **sistema operativo** del aparato.

Facebook dispone de aplicación para los sistemas operativos más empleados:

1. **Android:** Desarrollado por Google y actualmente utilizado por gran cantidad de fabricantes (Samsung, HTC, Sony, etc.).
2. **iOS:** Desarrollado por Apple para sus dos dispositivos móviles más famosos (iPhone e iPad).

Una vez que conozcas el sistema operativo sobre el que funciona tu dispositivo, deberás instalar la aplicación de Facebook específica para dicho sistema operativo. Para ello, tienes dos opciones:

1) Tienda de aplicaciones del propio sistema operativo

Habitualmente, los sistemas operativos para dispositivos móviles disponen de su propia **tienda** o mercado de aplicaciones. Los usuarios pueden comprar e instalar aplicaciones, juegos y utilidades desde estos mercados de manera rápida y sencilla. Los dos casos más populares son [Google Play](https://play.google.com/)²⁵ (para dispositivos con Android) y la [App Store](https://apps.apple.com/es/app/facebook/id284882215)²⁶ (para dispositivos móviles con iOS):

²⁴ <https://www.elmundo.es/sociedad/2016/04/04/57026219e2704e90048b465e.html>

²⁵ <https://play.google.com/>

²⁶ <https://apps.apple.com/es/app/facebook/id284882215>

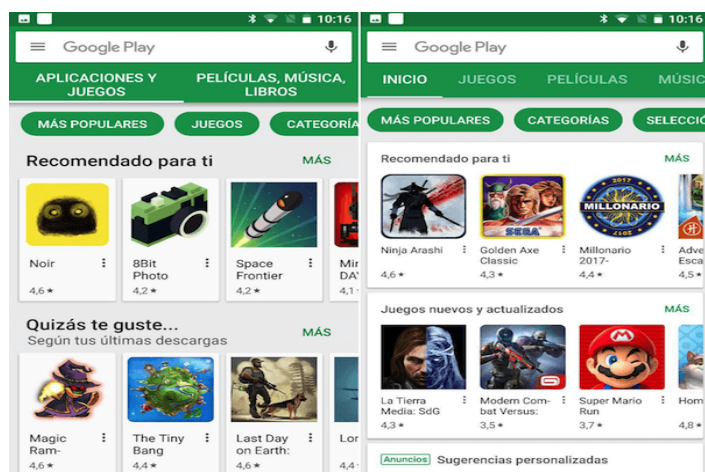


Imagen 94. Google Play es la tienda de aplicaciones para dispositivos móviles con Android.



Imagen 95. La App Store es la tienda de aplicaciones para dispositivos móviles con iOS.

NOTA: La aplicación de Facebook para móviles es gratuita en todos los casos, sea cual sea el sistema operativo o fabricante del aparato.

Una vez que la aplicación de Facebook está instalada en tu dispositivo móvil, puedes acceder a tu perfil de usuario y realizar prácticamente las mismas funcionalidades que ofrece la versión web.

Así se ve Facebook en un dispositivo móvil con sistema operativo Android:

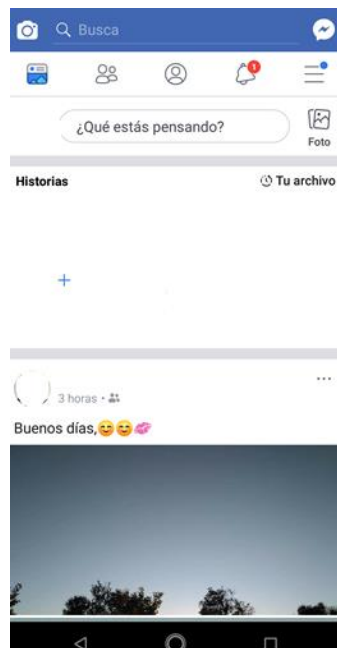


Imagen 96. Vista de la aplicación Facebook para Android.

Como es lógico, la aplicación está adaptada a las características propias de estos dispositivos. Hay que tener en cuenta aspectos tales como que: los dispositivos móviles tienen un menor tamaño de pantalla respecto a los ordenadores de sobremesa y portátiles; las pantallas, en la mayoría de dispositivos, son táctiles; la memoria y procesador es menor que en un ordenador; etc.



07. Actividades prácticas.

Este último capítulo propone una serie de actividades prácticas que te pueden ayudar a consolidar algunos de los conceptos más importantes explicados a lo largo de este manual. Te invitamos a que realices estos y otros ejercicios. ¡Recuerda que cuanto más practiques, más aprenderás!

7.1. Agregar amigos

Busca en Facebook a 3 contactos y agrégalos como amigos

Introducción

El principal objetivo de Facebook es estar en contacto con nuestros amigos, familiares, conocidos, vecinos, etc. Para ello, un usuario de Facebook tiene que pedirle a otro usuario que este le acepte como contacto enviándole una **solicitud de amistad**.

Una vez que ambas personas sean amigas en Facebook, estas podrán estar en contacto, ver sus publicaciones, ver sus amigos en común, etc.

Ejercicio práctico

Piensa en 3 personas a las que conozcas y a las cuales te gustaría agregar a tu lista de amigos de Facebook. Envíales una solicitud de amistad. Si no se te ocurre nadie, puedes probar con tus compañeros de curso.

Si tienes dudas, puedes consultar el capítulo 2.3 de la guía que se entrega a los alumnos que asisten a este taller.

7.2. Publicar contenidos

Publicar una foto en nuestro perfil

Introducción

Cuando compartimos información en nuestro perfil de Facebook, estas publicaciones pueden llevar asociado texto, fotografías, vídeos, nuestra posición geográfica, etc. También es posible combinar varias opciones como, por ejemplo, una fotografía acompañada de un comentario de texto.

Ejercicio práctico

Escoge una fotografía y publícala en tu biografía de Facebook. Acompaña la fotografía de un comentario que la describa.

Si tienes dudas, puedes consultar el capítulo 3.1 de la guía que se entrega a los alumnos que asisten a este taller.

NOTA: Puedes escoger una fotografía que esté guardada en el ordenador que estés usando en el curso o una foto que encuentres buscando por Internet. Si dispones de un móvil inteligente (o *Smartphone*) con la aplicación de Facebook instalada, puedes subir directamente una fotografía realizada con la cámara de este dispositivo.

7.3. Gestionar la privacidad

Personalizar el nivel de privacidad de tus publicaciones

Introducción

Facebook nos permite establecer la audiencia que, **por defecto**, podrá visualizar todas las publicaciones que hagamos en nuestra biografía. Lo más habitual es indicar que solo nuestros amigos (aquellas personas a las que hemos confirmado la solicitud de amistad) puedan ver dichas publicaciones, pero podemos ser todo lo restrictivos que queramos.

Además del nivel de privacidad establecido por defecto para todas nuestras publicaciones, también tenemos la posibilidad de indicar de manera específica las personas que verán un contenido concreto **en el mismo momento de publicarlo**.

Ejercicio práctico

Primera parte: Accede a las opciones de privacidad de tu cuenta de usuario y comprueba que **solo tus amigos** pueden ver, por defecto, las publicaciones que realizas en tu biografía. Si no es así, cambia esta opción.

Segunda parte: Escribe un comentario y, antes de publicarlo, configura su privacidad de manera que solo 3 personas concretas (las que tú quieras) pueden visualizarlo.

Si tienes dudas, puedes consultar los capítulos 3.1, 3.2 y 4.4 de la guía que se entrega a los alumnos que asisten a este taller.

7.4. Comunícate con tus amigos

Envía un mensaje a un contacto

Introducción

Cuando escribimos un comentario en la biografía de un amigo, ese comentario será visible para muchas personas. Es por ello que, en ocasiones, nos puede interesar comunicarle algo a una persona de manera privada y que solo esa persona lo sepa. En ese caso, lo que debemos hacer es mandarle un mensaje.

Ejercicio práctico

Elige a uno de los contactos que tienes en tu listado de amigos y envíale un mensaje personal.

Si tienes dudas, puedes consultar el capítulo 3.6 de la guía que se entrega a los alumnos que asisten a este taller.

7.5. Creación de eventos

Crea un evento e invita a un par de amigos

Introducción

Con frecuencia, Facebook se convierte en la herramienta perfecta a la hora de organizar eventos e invitar a personas a que asistan. Esto es muy útil, por ejemplo, cuando celebramos una fiesta de cumpleaños.

Ejercicio práctico

Crea un nuevo evento y rellena sus campos principales: nombre del evento, descripción, sitio donde se celebra, fecha, etc. Una vez que lo hayas creado, invita al menos a dos de tus amigos de Facebook a que asistan a este evento.

Si tienes dudas, puedes consultar el capítulo 3.8 de la guía que se entrega a los alumnos que asisten a este taller.

7.6. Creación de un grupo

Crea un grupo e invita a los compañeros de taller

Introducción

Los grupos de Facebook sirven para compartir intereses comunes entre los usuarios. Es un espacio muy útil, si quieres compartir información en cuanto a un tema común, como por ejemplo contenidos sobre cómo utilizar las redes sociales.

Ejercicio práctico

Crea un grupo y rellena sus campos principales: nombre del grupo, elige la privacidad, foto del grupo e invita a los amigos que compartan el mismo interés del grupo.

Si tienes dudas, puedes consultar el capítulo 4.2 de la guía que se entrega a los alumnos que asisten a este taller.



08. Anexos

8.1. Enlaces y referencias

- Páginas Web de redes sociales:
 - [Facebook](#)²⁷.
 - [Flickr](#)²⁸.
 - [LinkedIn](#)²⁹.
 - [Spotify](#)³⁰.
 - [X \(antes Twitter\)](#)³¹.
 - [Xing](#)³².
 - [YouTube](#)³³.
 - [Google Play \(Android\)](#)³⁴.
 - [Instagram](#)³⁵.
- Más información sobre las páginas Web de redes sociales:
 - [Usuarios de redes sociales en España 2021](#)³⁶.
 - [Facebook tiene casi tres mil millones de usuarios activos](#)³⁷.

²⁷ <https://www.facebook.com/>

²⁸ <https://www.flickr.com/>

²⁹ <https://es.linkedin.com/>

³⁰ <https://www.spotify.com>

³¹ <https://x.com/?lang=es>

³² <https://www.xing.com/>

³³ <https://www.youtube.com/>

³⁴ <https://play.google.com>

³⁵ <https://www.instagram.com/>

³⁶ <https://fatimamartinez.es/2021/05/05/estudio-redes-sociales-espana-2021-iab/>

³⁷ <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>

- [Datos acerca del número de usuarios en redes sociales](#)³⁸.
- [España cuenta con casi 41 millones de usuarios activos](#)³⁹.
- [Evolución de fotos publicadas en Flickr](#)⁴⁰.
- [El móvil supera por primera vez en la historia al ordenador para acceder a Internet](#)⁴¹.
- [Centro de Aplicaciones de Facebook](#)⁴².

8.2. Imágenes

- Gráfica “Redes sociales utilizadas en España:
- [Fátima Martínez, informe sobre los usuarios social media y móvil en España y en el mundo](#)⁴³.

³⁸ <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites>

³⁹ <https://wearesocial.com/es/blog/2022/02/digital-report-espana-2022-nueve-de-cada-diez-espanoles-usan-las-redes-sociales-y-pasan-cerca-de-dos-horas-al-dia-en-ellas/>

⁴⁰ <https://www.flickr.com/photos/franckmichel/6855169886>

⁴¹ <https://www.elmundo.es/sociedad/2016/04/04/57026219e2704e90048b465e.html>

⁴² <https://www.facebook.com/CentroDeAplicaciones>

⁴³ <https://wearesocial.com/es/blog/2022/01/digital-2022/>