

## ACTIVIDADES: 104. SONDEOS ON-LINE.

### TIPOLOGÍA.

Abordaje de la temática, mi/nuestra relación con el tema.

EDAD. Desde los 15 en adelante.

### BREVE DESCRIPCIÓN.

Consiste en la utilización de las redes sociales para conocer opiniones y percepciones sobre un tema de interés, tanto entre el conjunto de estudiantes como en particular aquel alumnado que se relaciona con nuestro grupo.

### OBJETIVOS.

- Conocer opiniones y percepciones de las diferentes personas sobre un tema.
- Sondar las posiciones que generan determinadas informaciones sobre un tema de interés para el conjunto de la comunidad universitaria.

### DESARROLLO PASO A PASO.

Cada sondeo on-line tiene unas peculiaridades en función de la herramienta telemática que se utilice. En nuestro caso, debemos elegir aquella/s que sean de uso frecuente entre el conjunto del alumnado. Como ejemplo nos centraremos en Twitter.

Una forma de realizar sondeos sobre un tema en Twitter es utilizar una etiqueta (hashtag) en las entradas de las personas usuarias, de manera que ante una pregunta u opciones, se puedan leer todas las aportaciones que se realicen. De manera complementaria al uso de la etiqueta, podemos dar dos opciones y que las personas usuarias elijan una de ellas mediante "retuit" o "me gusta".

En el caso de Instagram recogemos los sondeos mediante likes y comentarios a una foto que distribuimos.

Estos sondeos pueden ser complementarios a encuestas on-line.

### TEMPORALIZACIÓN.

Es importante que el diseño sea correcto, pensar muy bien las preguntas y realizar el lanzamiento en varios momentos, animando de forma sostenida, durante una semana por ejemplo, la difusión de opiniones.

### MATERIALES.

- Ordenador personal y programas de ofimática.
- Acceso a Internet.

### A TENER EN CUENTA.

Son solo sondeos porque no todo el mundo tiene acceso al conjunto de redes sociales. Nos ayuda a tener algunas cosas claras y contrastadas antes de seguir dando pasos adelante. Se recomienda combinar esta actividad con otras de carácter presencial.

### PARA EVALUAR.

El número de personas que aporta su opinión es en este caso, junto con el grado de idoneidad de las opiniones uno de los indicadores fundamentales.