
Las redes sociales y la educación superior: las actitudes de los estudiantes universitarios hacia el uso educativo de las redes sociales, de nuevo a examen

Social networks and higher education: the attitudes of university students towards the educational use of social networks, back to test

Juan González Martínez ¹, Mar Lleixà Fortuño ², Cinta Espuny Vidal ¹

¹ Departamento de Pedagogía, Universidad Rovira i Virgili, España. {juan.gonzalezm, cinta.espuny}@urv.cat

² Departamento de Enfermería, Universidad Rovira i Virgili, España. mar.lleixa@urv.cat

Resumen

En un contexto en que las redes sociales siguen avanzando en su uso social, este estudio se propone investigar acerca de las actitudes de los estudiantes universitarios hacia el uso educativo de las redes sociales. Por medio de un cuestionario, se interroga a una muestra (N=141) de estudiantes de nuevo acceso sobre su conocimiento y su uso de las redes sociales, en la vida personal y académica. Los principales resultados certifican que los estudiantes usan mucho las redes sociales en la vida personal pero no en la vida académica, en parte debido a la falta de iniciativa de los profesores en su uso. En cualquier caso, no se observan grandes reservas en el alumnado acerca de la bondad de su incorporación, y las actitudes son generalmente mejores que las documentados en estudios previos. Por lo tanto, podemos proceder a incorporar las redes sociales en la vida universitaria con normalidad.

Abstract

In a context in which social networks continue to advance in its social use, this study aims to investigate the attitudes of university students towards the educational use of social networks. Through a questionnaire we have interrogated a sample (N=141) of new students on their knowledge and use of social networks, in their personal and academic lives. Our main results certify that students use much social networks in their personal life but not in their academic tasks, partly because of the lack of initiative of teachers to use them. In any case, no major misgivings for their incorporation are observed, and attitudes are generally better than those documented in previous studies. Therefore, we can proceed to incorporate social networks normally into university life.

Palabras clave

Tecnología de la Educación; Redes Sociales; Expectativas; Enseñanza Superior

Keywords

Education Technologies; Virtual Networks; Attitudes, Higher Education

Recepción: 10-11-2015

Revisión: 01-04-2016

Aceptación: 05-05-2016

Publicación: 01-06-2016

1. Introducción

En este artículo pretendemos analizar de nuevo el componente actitudinal de los estudiantes universitarios hacia el uso educativo de las redes. Para ello se han recuperado algunos estudios anteriores al respecto (Espuny, González, Lleixà y Gisbert, 2011; González Martínez y Ruiz Nova, 2013) y se han vuelto a analizar las actitudes hacia algunas de las redes sociales actuales, desde aquellas que tienen un carácter más genérico y un uso más extendido a aquellas que son más específicas o sectoriales; asimismo, se ha querido someter este análisis a comparación con los estudios del mismo corte que se han venido realizando desde ya hace unos años, a fin de establecer las tendencias que se observan al respecto.

La convergencia hace más de un lustro al EEES ha dado pie a grandes cambios en los procesos de enseñanza-aprendizaje, de modo que la concepción del aprendizaje como un proceso pasivo del alumno, a merced de las intervenciones y acciones didácticas del profesor, antiguo protagonista de la enseñanza, ha quedado completamente obsoleta, al menos sobre el papel. Bien al contrario, se propugna una nueva forma de entender la educación que afecta sobremedida a los estudios superiores; y se da impulso a un nuevo paradigma educativo que tiene al estudiante como auténtico protagonista del proceso de enseñanza-aprendizaje. Es en este punto en el que toman importancia acciones como potenciar la iniciativa del alumnado, su pensamiento crítico (Esteve, 2009) y, por supuesto, el trabajo colaborativo (García Sans, 2008, p. 1).

Desde luego, en este nuevo ambiente las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) adquieren una relevancia antes desconocida (Esteve, 2009), como facilitadoras y catalizadoras de los procesos de aprendizaje; no obstante, ¿ocurre lo mismo con las redes sociales?, ¿tenemos de ellas en la Universidad el aprovechamiento deseado?, ¿trabajan a nuestro interés por ese trabajo colaborativo del que hablábamos? Gómez, Roses y Farias (2012) no dudan que las redes sociales se han generalizado y de que su consumo por parte de los estudiantes universitarios es alto. Pero tienen sus reservas, a tenor de los datos de sus investigaciones, sobre su real aprovechamiento en términos de aprendizaje. En la misma línea, Haro (2011) señala la siguiente contradicción: hasta donde conocemos, en el ámbito educativo español (y otro tanto podríamos decir del resto de Europa), «aunque las redes sociales de profesorado son bastante numerosas, pocos se han atrevido a plantearse actividades formativas en el aula fundamentadas en el uso de esos servicios y llevarlas a la prácticas», algo que también se constataba en González Martínez y Ruiz Nova (2013). Ello, sin duda, nos lleva intuitivamente a obtener respuestas no tan positivas como deseáramos para las preguntas que iniciaban este párrafo. Por ello, es interesante pararse a reflexionar sobre este tipo de cuestiones, más si cabe cuando otros autores así lo han hecho (Espuny, González, Lleixà y Gisbert, 2011) y cuando expertos avalan que

los usuarios de las redes sociales, cuando son capaces de crear una red formada por contactos de confianza, pueden llegar a influir de manera positiva en el aprendizaje.

De lo que no hay duda es de la potencialidad de las redes sociales, en su uso pedagógico, al menos desde el punto de vista teórico (y aunque no hayan sido recursos creados necesariamente con finalidad educativa). Así, según Martín-Moreno (2004) las redes sociales son un recurso óptimo para alcanzar el aprendizaje del alumnado, pues permiten trabajar de manera colaborativa, lo que sin duda aumenta la motivación por aprender; favorecen un mayor rendimiento académico, dado que se produce una retroalimentación entre el aprendizaje individual y grupal; mejoran la retención de lo aprendido; potencia el pensamiento crítico; y, multiplican la diversidad de conocimientos y de experiencias adquiridas. Y, de igual modo, hacen que el aprendizaje sea más interactivo y significativo (Imbernón, Silva y Guzmán, 2011).

Sin embargo, una simple observación a nuestro entorno nos permitirá comprobar que las redes sociales se han expandido en muchos de nuestros entornos, el familiar, el social y el laboral, entre otros; pero de igual forma en el contexto educativo universitario (González Martínez y Ruiz Nova, 2013). De hecho, según García Sans (2008), el profesorado universitario juzga sencillo trabajar con las redes sociales, pero no considera tan sencillo usarlas para coordinar los equipos de trabajo o para motivar al alumnado de forma provechosa.

Como antecedentes de toda esa reflexión, Espuny, González, Lleixà y Gisbert (2011) señalan la importancia de atender al componente actitudinal como garantía necesaria de que ese aprovechamiento real de las redes sociales en el contexto educativo va a ser real y efectivo. Los estudiantes universitarios, dicen, no tienen actitudes de especial recelo hacia las redes sociales; es más, sus actitudes son ciertamente positivas. Sin embargo, tampoco llegan a ser entusiastas; y, aunque no recelan de su uso, en última instancia sí parecen dudar de la posibilidad real de materializar las potencialidades educativas de las redes sociales; y todo ello, en gran medida, porque carecen de modelos reales que les permitan experimentar eso que, por tanto, solo juzgan en el plano de las ideas. En el mismo sentido, Gómez, Roses y Farias (2012) diagnostican una actitud favorable hacia el uso de las redes sociales por parte de los docentes, pero documentan un uso académico real de estos recursos más bien escaso, y casi a iniciativa de los propios estudiantes. Finalmente, por su parte, González Martínez y Ruiz Nova (2013) abundan en estos aspectos y señalan como conclusiones más relevantes que sigue existiendo una brecha importante entre los usos personales y académicos de las TIC incluso en los estudiantes jóvenes, que tan habituados están a las tecnologías en su día a día; y, como consecuencia de ello, se aprecia incluso una resistencia clara a que las redes sociales penetren en la vida académica, pues se sienten como una injerencia en la vida personal.

Unos años después de estos análisis, y con una realidad de las redes sociales probablemente mucho más asentada en la sociedad en general, atender a la evolución de ese componente actitudinal resulta más que interesante, pues seguro que puede marcar algunas tendencias que deberemos tener en cuenta al planificar el uso educativo de este recurso. Ese es, sin duda, el objetivo de esta investigación.

2. Objetivos de la investigación

A partir de este contexto, tomamos como referencia el estudio realizado con los estudiantes universitarios del Campus Terres de l'Ebre de la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona, realizada por Espuny, González, Lleixà y Gisbert (2011); y, en este estudio, intentamos analizar las actitudes hacia las redes sociales que presenta el alumnado de primer curso de los grados universitarios que se imparten en nuestro contexto (Universidad Rovira i Virgili) con respecto de las redes sociales y de su uso académico, así como sus reservas y sus preferencias. En este escenario, nuestros tres objetivos principales son (1) averiguar cuál es el grado de conocimiento y uso de diferentes redes sociales, (2) conocer cuál es la utilidad educativa esperada y (3) analizar cuál es la evolución en el uso y en las actitudes hacia las redes sociales del alumnado universitario.

El abordaje de estos tres objetivos nos llevará, en un análisis posterior, a descubrir la eventual relación existente entre el uso real de las redes sociales en el contexto universitario y la utilidad didáctica esperada de estos recursos. Sin duda, solo si podemos responder con claridad estas cuestiones seremos capaces de planificar de modo correcto el uso didáctico de las redes sociales.

3. Metodología

Para hacer frente a ello, nos plantemos una investigación de tipo descriptivo dentro del paradigma positivista cuantitativo (Bisquerra, 2004), en los que partiremos de la administración de una encuesta a la población de estudio a fin de recabar los datos necesarios para dar respuesta a los objetivos planteados.

El instrumento que hemos usado en este estudio es el cuestionario autoadministrado diseñado en la investigación de la que partimos (Espuny, González, Lleixà y Gisbert, 2011), en la que también se acometía el análisis de las actitudes hacia el uso educativo de las redes sociales en estudiantes universitarios de diferentes grados de la Universidad Rovira i Virgili. En este cuestionario, se indaga sobre los siguientes aspectos: (1) conocimiento y uso del inventario de redes sociales, (2) uso de las redes sociales pautado en experiencias académicas, (3) utilidad pedagógica del inventario de redes sociales, (4) potencialidades de las redes sociales en el ámbito pedagógico, y (5) ventajas y desventajas de las redes sociales. Este cuestionario fue adaptado para el análisis de las actitudes de

los estudiantes de los grados de Educación por González Martínez y Ruiz Nova (2013), con la adición de cuestiones relativas a la privacidad, la separación entre los usos personales y los académicos y su opinión sobre futuros usos de las redes sociales en sus estudios universitarios inmediatos, todas ellas validadas por los creadores de dicho cuestionario. Es esta segunda versión del cuestionario la que hemos usado, a fin de poder comparar mejor cuáles son las tendencias que se pueden observar en los tres años que han transcurrido entre el trabajo de campo de González Martínez y Ruiz Nova (2013) y el nuestro.

Como en González Martínez y Ruiz Nova (2013), a fin de agilizar el proceso de análisis de datos, hemos sido más restrictivos con la nómina de redes sociales sondeadas. Así pues, de todas las redes sociales por las que se interrogaba en Espuny, González, Lleixà y Gisbert (2011), en nuestro caso hemos seleccionado solo seis; a saber, Facebook, Twitter, Tuenti, PatataBrava, LinkedIn e eLearningSocial. De este modo, sondeamos la opinión de los informantes solamente sobre las dos redes sociales de uso más general (Facebook y Twitter), sobre dos de las que se destinan específicamente a su franja de edad (Tuenti, más lúdica; y PatataBrava, para uso exclusivo universitario), y sobre dos de uso profesional (LinkedIn, orientada al mercado laboral; e eLearningSocial, enfocada al aprendizaje y a la formación continua).

A fin de poder comparar sin trabas nuestros datos con los más recientes, hemos utilizado también las mismas escalas de respuesta. Para las tres primeras secciones del instrumento, relacionadas con su conocimiento y su uso de las redes sociales, en sus facetas personal y académica, se utiliza una escala gradiente de 4 elementos, en los que hemos analizado las frecuencias relativas y las diferencias significativas entre los diferentes subgrupos de la muestra; en el caso de las preferencias por los canales de comunicación, tenemos una escala de gradiente 5, para la cual se analizan tanto las frecuencias relativas como los promedios.

Como recogen los estudios que nos preceden en este análisis, damos constancia de las limitaciones inherentes a los cuestionarios autodistribuidos, que pueden presentar considerables sesgos. En este sentido, los primeros autores de la herramienta (Espuny, González, Lleixà y Gisbert, 2011) dan cuenta de su especial dedicación por evitar en la medida de los sesgos tendencia central, de deseabilidad social, de cortesía, de aprendizaje o proximidad, y lógico, por medio de la distribución de las preguntas dentro del cuestionario y de su redacción, cuando así era posible durante las fases de diseño y de validación del cuestionario. En todo caso, debe siempre tenerse en cuenta esta circunstancia al valorar los resultados obtenidos por medio de dicha herramienta.

Por otro lado, como es procedente en estos casos, se solicitaron los permisos a los decanos de las Facultades y directores de las Escuelas implicadas, así como el consentimiento informado al alumnado participante.

Por lo que respecta al análisis estadístico de los datos obtenidos mediante el instrumento, hemos utilizado el paquete de cálculo estadístico SPSS 17.0. Puesto que la base de datos ha superado las pruebas de parametricidad que indican que la distribución de las respuestas es normal, hemos utilizado un test ANOVA para obtener los índices de significación cuando así ha sido necesario. En todo caso se han utilizado niveles de confianza de 0,05, que se dan por sobreentendidos durante la exposición de los datos. Finalmente, por lo que respecta a la confiabilidad de los datos obtenidos, el análisis estadístico preliminar arroja una Alpha de Cronbach de 0,83, que consideramos altamente fiable en un estudio de estas características (García Cadena, 2006).

En cuanto a la población analizada, dadas las posibilidades de los estudios por encuesta de analizar las opiniones de grandes conjuntos de sujetos, hemos decidido no constituir una muestra sobre la población de nuestro contexto a la que queríamos analizar (el conjunto de los estudiantes de nuestro Campus), sino que abordamos su estudio completo, a los que hemos solicitado por correo electrónico la participación en la investigación.

4. Datos obtenidos

Nuestro cuestionario fue distribuido, como decíamos, a la totalidad de los estudiantes de los grados de Administración y Dirección de Empresas, Ciencias de la Actividad Física y el Deporte, Educación Infantil, Educación Primaria, Enfermería y Fisioterapia de la Universidad Rovira i Virgili, lo que suma una población de 263 individuos. De ellos, 148 respondieron a nuestra llamada, y 141 lo hicieron de tal forma que su participación ha resultado validada. Ello supone, finalmente, una tasa de respuesta de un 53,6 % sobre la población estudiada.

4.1. Tipo de muestra

Contamos con una muestra casi paritaria en cuanto al género, en la que son mujeres un 49 %, mientras que los hombres representan un 51 %. En cuanto a la edad, que sería otro de los biodatos potencialmente interesantes, el 100 % de la muestra efectiva se sitúa entre los 18 y los 21 años, por lo que consideramos no tomarla en consideración. Esperamos ampliar la muestra en sucesivos estudios a toda la población universitaria (no solo el primer curso) de tal modo que podamos recoger franjas de edades diferentes a fin de tener una muestra más representativa.

4.2. Conocimiento de las redes sociales

Al analizar los datos de la Tabla 1 advertimos una gran diversificación en los índices de conocimiento de las redes sociales. Como resulta esperable, los informantes manifiestan conocer de forma clara

aquellas redes sociales más presentes en nuestra sociedad, como Facebook, Twitter y Tuenti. De hecho, en los tres casos podemos comprobar que el 100 % de la muestra las conoce y en porcentajes por encima del 80 % ese conocimiento no es solo de oídas. En concreto, si tenemos en cuenta estas dos categorías (que la conozcan, aunque solo sea de oídas) encontramos que en los tres casos el 100 % de los encuestados acumulan sus respuestas en estas dos categorías, es decir, ninguna de las personas evaluadas dice no conocer y no haber oído hablar de cualquiera de estas tres redes sociales.

Por el contrario, no ocurre lo mismo con las redes sociales específicas, que son sustancialmente menos conocidas. PatataBrava muestra un porcentaje importante de desconocimiento (67,4 %), hecho lógico puesto que se trata de una red social de uso exclusivo para universitarios y nos hallamos ante estudiantes de nuevo acceso. No obstante, y siguiendo con esta misma idea, vemos cómo un 45,7 % y un 56,5 % afirman no conocer LinkedIn o e-LearningSocial, respectivamente; y un 32,6 % o un 41,3 % solo las conocen de oídas.

	Facebook	Twitter	Tuenti	Patata	LinkedIn	E-Learn.
Sí	97,8	95,7	80,4	15,2	21,7	2,2
Solo nom.	2,2	4,3	19,6	17,4	32,6	41,3
No	0	0	0	67,4	45,7	56,5

Tabla 1. Conocimiento de las redes sociales.

Si comparamos con los datos de González Martínez y Ruiz Nova (2013) aparecidos en la Tabla 1b, podemos ver que el diagnóstico es fácilmente comparable, por cuanto la idea general es la misma y encontramos la misma asimetría entre el conocimiento general de las redes sociales con mayor predicamento y el desconocimiento mayoritario de las redes más específicas. Como único aspecto remarcable, podemos señalar, eso sí, el aumento de Twitter en el conocimiento real por parte de los estudiantes universitarios, que tres años atrás era del 69,9 % y que ahora es del 95,7 %, en clara igualdad con respecto de Facebook, que entonces era claramente dominante.

	Facebook	Twitter	Tuenti	Patata	LinkedIn	E-Learn.
Sí	100	69,9	57,5	37	9,6	0
Solo nom.	0	30,1	42,5	34,2	23,3	35,6
No	0	0	0	28,8	67,1	64,4

Tabla 1b. Conocimiento de las redes sociales (en %) según González Martínez y Ruiz Nova (2013).

4.3. Uso personal de las redes sociales

Si atendemos ahora al uso personal de estos mismos recursos, como proponemos en la Tabla 2, observamos que Facebook es utilizada con una frecuencia regular por un 87,3 % de los participantes (un 66 % a diario y un 21,3 % bastante). Este uso, por supuesto, es coherente con el predominio de

conocimiento de esta red social frente a las demás.

Diferente es el caso de Twitter, que era la red social más conocida *ex aequo* con la anterior, pero que solo es usada de forma habitual por un 24,1 % de la muestra (un 15,6 % a diario), mientras que un 45,4 % confiesa no usarla nunca y un 30,5 % solo de forma esporádica.

En el siguiente grupo encontramos el resto de las redes sociales, que de forma general reciben un uso reducido o directamente nulo en un gradiente que va desde el uso personal residual de Tuenti (un 80,9 % dice no usarla nunca) a e-LearningSocial, que nunca se usa (100).

	Facebook	Twitter	Tuenti	Patata	LinkedIn	E-Learn.
Nunca	4,3	45,4	80,9	88,7	89,4	100
Poco	8,5	30,5	16,3	7,8	9,2	0
Bastante	21,3	8,5	0,7	2,1	0	0
A diario	66	15,6	2,1	1,4	1,4	0

Tabla 2. Uso personal de las redes sociales (en %).

Si comparamos de nuevo con los datos de González Martínez y Ruiz Nova (2013) reflejados en la Tabla 2b vemos también en este caso que el diagnóstico general es el mismo. Sin embargo, del mismo modo que veíamos cambios en el conocimiento de Twitter, que había aumentado, también los vemos (más sutiles ahora) en su uso personal (que ha aumentado del 13,7 % al 24,1 %) y en su desconocimiento (que ha descendido del 86,3 % al 75,9 %). Un cambio muy leve, si se quiere, pero en consonancia con los datos iniciales.

	Facebook	Twitter	Tuenti	Patata	LinkedIn	E-Learn.
No	0	64,4	65,8	74	95,9	100
Poco	2,7	21,9	26	23,3	1,4	0
Bastante	17,8	5,5	2,7	2,7	2,7	0
A diario	78,1	8,2	5,5	0	0	0

Tabla 2b. Uso personal de las redes sociales (en %) según González Martínez y Ruiz Nova (2013).

4.4. Utilidad educativa esperada para las redes sociales

Si atendemos ahora a los datos de la Tabla 3, veremos qué han respondido nuestros informantes en relación con la utilidad que consideran que pueden tener las redes sociales en el ámbito educativo, con independencia de cuál sea su conocimiento real de ellas y, lo que es más, de cuáles sean sus usos personal y académico. La tendencia general es que los encuestados consideren que las redes sociales tienen una mayor utilidad educativa que el uso universitario real que están haciendo de

ellas en la actualidad: es decir, con independencia de que no sean usuarios intensivos de las redes sociales, ni en su faceta personal ni en la educativa, consideran que las redes sociales sí pueden ser útiles; y así, encontramos que un 64,2 % considera que Facebook puede ser útil, un 30,4 % lo considera para Twitter; y entre un 26 y un 28 % lo consideran para las redes sociales específicas. Caso aparte es Tuenti, que quizá por su marcada esencia adolescente es censurada por completo en cuanto a sus potencialidades para el aprendizaje (nadie considera que pueda ser útil en este sentido, lo que es destacable). También es digno de mención que las tres redes específicas cuenten con un cierto beneplácito en cuanto a su potencial educativo pese a su escaso conocimiento y a su nulo uso (nos referimos a PatataBrava, LinkedIn e eLearningSocial), lo cual podría mostrar un componente actitudinal positivo en líneas generales (aunque quizá también debamos ser cautos en este sentido y pensar que en definitiva el sesgo de deseabilidad social).

	Facebook	Twitter	Tuenti	Patata	LinkedIn	E-Learn.
Ninguna	10,9	21,7	63	54,3	47,8	58,7
Poca	34,8	47,8	37	19,6	23,9	15,2
Bastante	39,1	26,1	0	17,4	23,9	21,7
Mucha	15,2	4,3	0	8,7	4,3	4,3

Tabla 3. Utilidad educativa esperada para las redes sociales (en %).

Si comparamos con los datos de González Martínez y Ruiz Nova (2013) reflejados en la Tabla 3b, no observamos diferencias importantes, excepto para el caso de Tuenti, que tres años atrás no recibía una consideración tan negativa como la que nos ocupa.

	Facebook	Twitter	Tuenti	Patata	LinkedIn	E-Learn.
Ninguna	9,6	39,7	57,5	39,7	52,1	50,7
Poca	31,5	21,9	28,8	26	32,9	20,5
Bastante	39,7	30,1	9,6	24,7	9,6	16,4
Mucha	19,2	8,2	4,1	9,6	5,5	12,3

Tabla 3b. Utilidad educativa esperada para las redes sociales (en %) según González Martínez y Ruiz Nova (2013).

4.5. Usos reales en la Universidad de las redes sociales

Vayamos ahora a analizar cómo las redes sociales están siendo usadas realmente en la vida académica de estos estudiantes. A partir de los Gráficos 1 y 2 podemos observar que más de la mitad de nuestros informantes (el 61 %) no han visto utilizar nunca las redes sociales por parte de sus profesores, en el contexto académico (frente al parecido 68 % que González Martínez y Ruiz Nova (2013) señalaban tres años atrás). Y, a partir del Gráfico 6b, podemos ver que de ese 39 % que sí que

reconoce que el profesorado las usa, solo un 12 % las usa a diario (un 53 % las usa bastante y un 35 % de forma esporádica). Es fácil concluir, como ocurría tres años atrás, que las redes sociales siguen sin ser un instrumento educativo de uso habitual entre nuestros universitarios (no lo era entre nuestros estudiantes, como veíamos en epígrafes anteriores, y no lo es tampoco entre los profesores, como cara de una misma moneda).

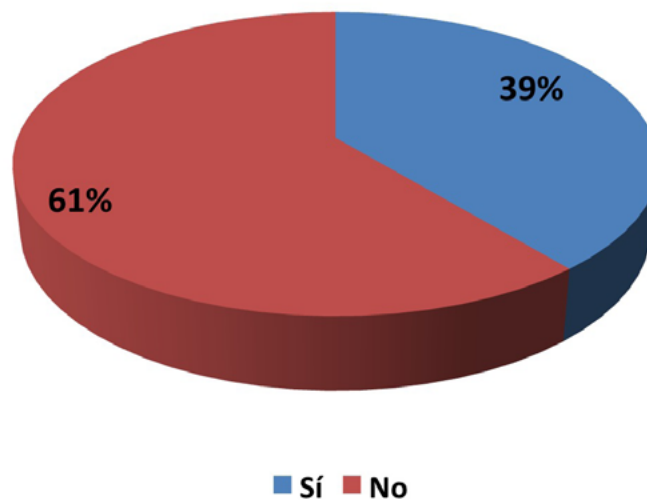


Fig. 1. ¿Algún profesor universitario tuyo usa las redes sociales? (en %).

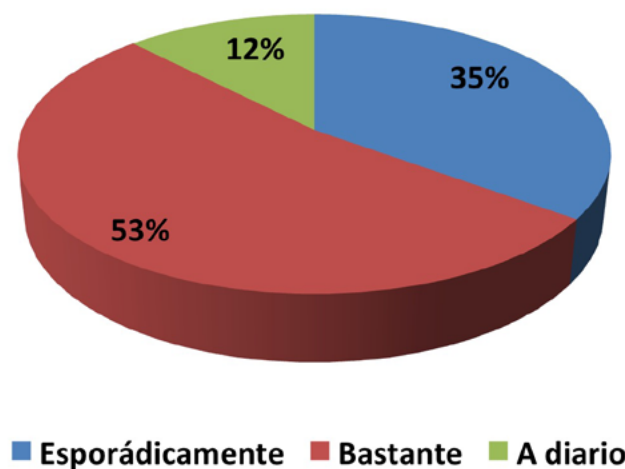


Fig. 2. Intensidad en el uso de las redes sociales por el profesorado universitario (en %).

4.6. Separación entre los usos personal y académico en las redes sociales

Como decíamos en la introducción, otro de los aspectos que nos interesa especialmente es ver en qué medida existen actitudes de recelo a la incorporación al mundo educativo de recursos que no han sido pensados específicamente para él, como son las redes sociales generales. Por ello tiene sentido preguntar por la inquietud del alumnado frente a la necesidad de separación entre los ámbitos personal y académico de las redes sociales. En este sentido, en el Gráfico 3, se refleja la importancia que los participantes conceden a la separación entre los usos personal y académico cuando utilizan las redes sociales. Únicamente el 20 % de los encuestados opina que esta cuestión no es trascendente (frente al 8 % que lo reconocía tres años atrás). Se trata, como vemos, de una preocupación importante, si bien la tendencia es que lo sea menos con el paso del tiempo: un 92 % se sentía más o menos preocupado por estas cuestiones en González Martínez y Ruiz Nova (2013) y un 80 % lo está ahora.

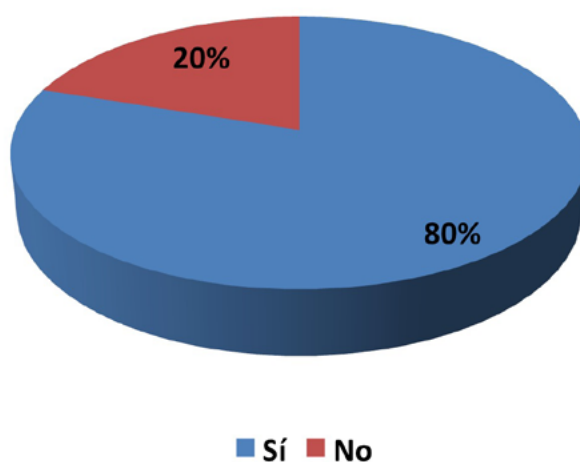


Fig. 3. Separación entre los usos personal y académico en las redes sociales.

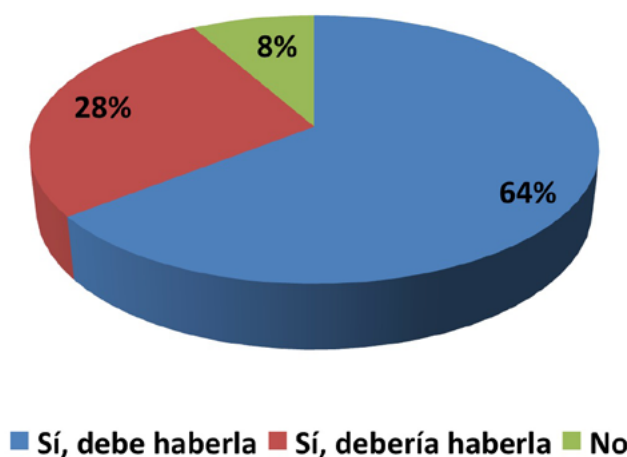


Fig. 4. Separación entre los usos personal y académico en las redes sociales (en %) según González Martínez y Ruiz Nova (2013).

4.7. Privacidad en las redes sociales

Cuestión relacionada con este aspecto es la de la privacidad en las redes sociales, que también podría ser un freno al uso habitual de las redes sociales en la vida universitaria. En este sentido, como vemos en el Gráfico 5, a un 84 % le inquietan estas cuestiones; mientras que a un 16 % le preocupan estas cuestiones (sea la forma en la que sea que debemos interpretar esta preocupación, ya como algo que preocupa y se tiene bajo control, ya como algo que preocupa y disuade). Aunque las diferencias con los datos de anteriores investigaciones son leves, observamos en el Gráfico 6 que la tendencia es a que la preocupación sea mayor progresivamente (acaso el contexto social, cada vez más sensible a este respecto, tenga mucho que ver en esta toma de conciencia).

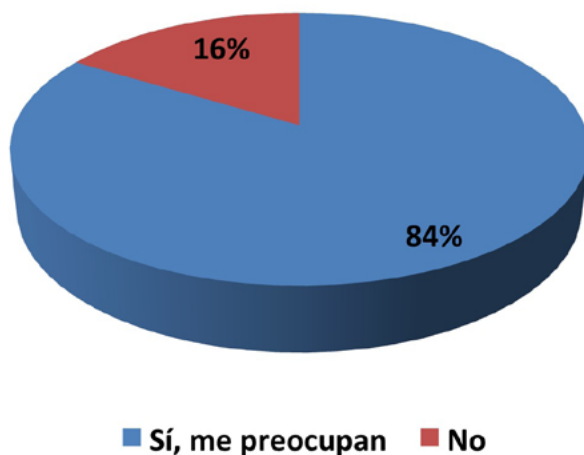


Fig. 5. Preocupación acerca de la privacidad en las redes sociales en 2015.

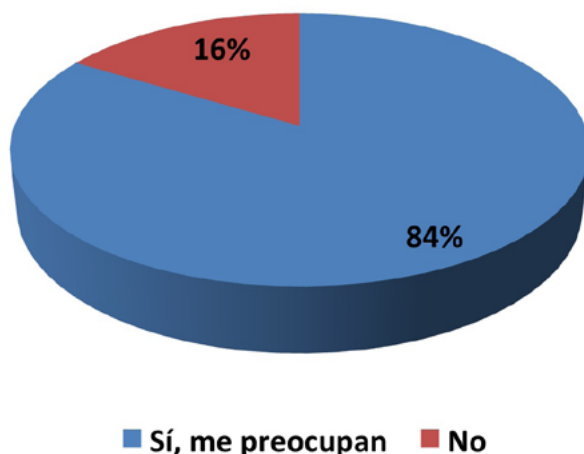


Fig. 6. Preocupación acerca de la privacidad en las redes sociales (en %) según González Martínez y Ruiz Nova (2015).

4.8. Valoración de los canales de comunicación

Si las redes sociales son una herramienta de interacción de primer orden, y de ahí viene gran parte del potencial educativo que atesoran, nos interesa también conocer cómo se valoran en relación (u oposición) con las restantes formas de comunicación que pueden darse, en el contexto universitario, con nuestros estudiantes. A partir de los datos de la Tabla 4, lo que observamos es que los participantes valoran positivamente que sus profesores contacten con ellos por otras vías, además de la comunicación síncrona en el aula. Y por ello se considera bueno o muy bueno que usen el correo electrónico o la plataforma Moodle (que es el entorno virtual de enseñanza aprendizaje utilizado en nuestro contexto). Como indicaban González Martínez y Ruiz Nova (2013, pp. 302-303), «hasta cierto punto, es algo lógico, ya que [...] son el correo electrónico y el entorno virtual de enseñanza-aprendizaje [...] las vías con las que los alumnos se sienten más cómodos en su comunicación con el profesorado fuera del aula». Son, en definitiva, aquellas a las que están más acostumbrados y, por tanto, es previsible que sean las que mejor valoren y las que menos censuren (solo un residual 1,4 % valora negativamente que el profesorado se comunique por medio de Moodle o del correo electrónico).

Sin embargo, aunque no era acuciante la preocupación por los límites entre lo personal y lo académico, sí parecemos encontrar una cierta resistencia al uso de las redes sociales o el teléfono como forma de comunicación entre profesores y estudiantes. Y así, aunque un 35,5 % y un 43,9 % son favorables al uso del teléfono y de las redes sociales, respectivamente, como forma de comunicación, un 22 % y un 22,7 % son manifiestamente contrarios a ello, también respectivamente.

	E-mail	Moodle	Tel.	Redes	Solo clase
Muy mal	0,7	0,7	9,9	10,6	15,6
Mal	0,7	0,7	12,1	12,1	24,8
NB/NM	5	7,8	42,6	33,3	15,6
Bien	21,3	17	23,4	34	22
Muy bien	72,3	73,8	12,1	9,9	22

Tabla 4. Valoración de los canales de comunicación (en %).

Si comparamos con los datos de González Martínez y Ruiz Nova (2013) contenidos en la Tabla 4b, no observamos diferencias importantes a este respecto, pues la tendencia general es la misma.

	E-mail	Moodle	Tel.	Redes	Solo clase
Muy mal	0	0	6,8	6,8	28,8
Mal	0	1,4	20,5	20,5	31,5
Ni bien, ni mal	4,1	1,4	41,5	39,7	26
Bien	23,3	24,7	21,9	24,7	11
Muy bien	72,6	72,6	9,6	8,2	2,7

Tabla 4b. Valoración de los canales de comunicación (en %), según González Martínez y Ruiz Nova (2013).

4.9. Usos futuros

Y, ya para cerrar esta exposición de datos, ofrecemos el Gráfico 10, en el que recogemos las opiniones de nuestros informantes acerca de un eventual uso futuro de las redes sociales (en su ejercicio profesional, en el caso de los estudiantes de Educación; y en un eventual ejercicio profesional docente en los restantes estudiantes). Como vemos, a diferencia del modelo de la pregunta en investigaciones anteriores, el tipo de muestra nos llevó a formularla de modo doble; y, además, tomamos la determinación de polarizar la respuesta en forma dicotómica. Tres años atrás, según González Martínez y Ruiz Nova (2013), un 69 % de los estudiantes de educación veía probable acabar usando las redes sociales en su ejercicio profesional y solo un 26 % tenía claro que no lo haría. En la actualidad, no se aprecian diferencias significativas entre los estudiantes de Educación y los demás, y toda la muestra conviene en una alta proporción (entre el 60 y el 70 %) que sí las utilizará (o utilizaría, según el caso) en su rol docente. Es la evidencia final, a nuestro entender, de que no se aprecian resistencias reales a la incorporación de las redes sociales en la educación.

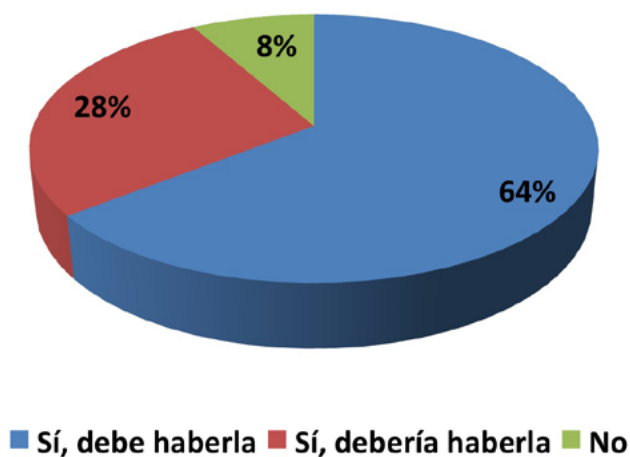


Fig. 7. Uso futuro de las redes sociales como docentes (en %).

5. Discusión y conclusiones

A modo de conclusión, debemos destacar en primer lugar un conocimiento elevado de las redes sociales más presentes en nuestra sociedad (Facebook, Twitter y Tuenti); conocimiento que contrasta con el desconocimiento más o menos general de las redes sociales más específicas sondeadas en este análisis (PatataBrava, LinkedIn o e-LearningSocial).

Todo ello, como hemos visto, se traslada de forma armónica cuando miramos hacia el uso personal de estas redes sociales. Y así, observamos que Facebook es la red social líder, con diferencia sobre

el resto de redes. En el mismo sentido, si nos centramos en el uso universitario de las redes sociales, Facebook sigue dominando, aunque su uso académico es la mitad del uso personal.

Como consecuencia de todo ello, podemos concluir que los estudiantes universitarios practican un uso intensivo de las redes sociales de tipo generalista, hasta el punto de afirmar que, en efecto, forman parte de sus vidas y de sus tareas cotidianas; con ellas, están prácticamente «conectados» durante todo el día. Sin embargo, a pesar de ello su utilización académica es escasa (Gómez-Aguilar, 2012, p. 136).

En efecto, la mayoría de ellos no las usa habitualmente en su quehacer académico, entendemos que ni siquiera de forma reactiva o pasiva (por ejemplo, siguiendo la actividad de sus docentes), ni siquiera las de corte más general, que sí que utilizan en el ámbito personal. Ello, desde luego, va en la misma línea que el uso percibido de estos mismos recursos por parte de los docentes, puesto que más de la mitad del alumnado afirma que nunca han visto que sus profesores utilicen las redes sociales en la actividad académica. Con todo ello, pues, se deduce que las redes sociales siguen sin ser un instrumento educativo de uso habitual en nuestra universidad, y quizás algunas de las causas para este diagnóstico sean la falta de formación del profesorado y la ausencia de modelos de aplicación didáctica de las redes sociales y que todavía está muy arraigada la enseñanza tradicional formal (Gómez-Aguilar, 2012).

Más allá de este diagnóstico sobre el uso real de las redes sociales por parte de los estudiantes universitarios, si atendemos al componente actitudinal, podemos decir que los encuestados consideran que, en líneas generales, estas deberían tener mayor presencia educativa que el uso actual que se está viviendo de ellas en las aulas. En ese sentido, como muestra de las actitudes en general positivas, podemos comprobar que, a pesar del escaso conocimiento de las redes sociales específicas, los informantes destacan el potencial educativo que podrían tener estas redes.

Como contrapartidas a estas actitudes positivas, se evidencian una alta preocupación por la privacidad en las redes sociales, y la necesidad de mantener separados el ámbito académico y personal. Por otro lado, al valorar los posibles canales de comunicación con sus profesores, los estudiantes, en efecto, valoran positivamente en mayor proporción los canales de comunicación habituales (correo electrónico y plataforma Moodle, en nuestro caso), en oposición a los menos usados habitualmente en el ámbito universitario (teléfono y redes sociales), lo que evidencia la seguridad que les confieren las formas de comunicación habituales actualmente en el contexto académico, en oposición a las otras más presentes en la vida personal. En definitiva, una consecuencia más de esa falta de uso real en su vida universitaria de las redes sociales.

Por ello, como conclusión, una vez más, se evidencia el interés creciente hacía las redes sociales tanto en la vida personal como en la vida académica actual y futura, si bien sería interesante introducir en este punto algunos matices que nos ayuden a tener una imagen más completa del componente actitudinal de nuestros estudiantes con respecto de su uso académico. Así, por ejemplo, deberíamos plantearnos que acaso el uso universitario de estos recursos por parte de los estudiantes presenta una tendencia al retroceso, precisamente por falta de esos modelos reales por parte de los profesores: así lo parecen indicar, de hecho, los datos relativos al uso académico de Facebook (en consonancia, ciertamente, con su retroceso leve en el uso personal); y viene reforzado por la tendencia a que se conozca más Twitter, la segunda red social de corte generalista, sin que el aumento de su uso académico sea demasiado alentador. Todo ello, unido al hecho de que la utilidad educativa esperada para las redes sociales empeore con respecto de los últimos estudios, nos podría animar a materializar las actitudes positivas, que sin duda confirmamos, antes de que se materialice la tendencia a la merma de sus expectativas por falta de referentes, como decíamos (falta de referentes, por cierto, que también confirmamos en aumento).

Finalmente, a nuestro modo de ver, consideramos que las principales reservas respecto del uso universitario de las redes sociales deben movernos a acciones concretas en el momento de su eventual implementación: si los estudiantes se preocupan por los lindes entre los ámbitos personal y académico y por las cuestiones de privacidad, acaso debamos trabajar en esos aspectos en el momento de plantear su uso en el día a día de nuestra docencia, de tal modo que, entre la formación específica y el ejemplo cotidiano, se materialicen las buenas actitudes hacia las redes sociales y no las reservas hacia ellas.

Con todo, resulta innegable reconocer que sus expectativas acerca de la potencialidad educativa de las redes sociales son altas, como así lo demuestra que más de un 60 % de la muestra haya confesado que las usaría en el ejercicio del rol docente. Y eso es especialmente interesante si tenemos en cuenta que no se observan diferencias entre los estudiantes relacionados directamente con la docencia (Educación Infantil, Educación Primaria y Ciencias de la Actividad Física y Deporte) y el resto, de manera que la mayoría incorporarían las redes en su práctica educativa.

La limitación del tamaño muestral impide poder generalizar las conclusiones, y por ello sería interesante ampliar en un futuro la muestra, así como diseñar una investigación longitudinal para comparar la evolución desde el inicio de los estudios de Grado hasta la finalización de los mismos, y/o la incorporación al mundo profesional. También sería interesante indagar acerca de los conocimientos, usos y actitudes del profesorado universitario, y comparar si existen diferencias entre los diferentes grados, pues ello permitiría diseñar e implementar un programa de uso de las redes sociales en el ámbito universitario que diera respuesta a las necesidades reales detectadas en los

diferentes agentes implicados: estudiantes, profesorado y gestores. Y, lo que es más importante, un uso educativo productivo de las redes sociales que redundara en una mejora del aprendizaje de los estudiantes, que es siempre el objetivo principal.

Como reconocemos siempre, es importante planificar la incorporación de las tecnologías, en este caso las redes sociales, como comentan Ortega y Gacitúa (2008); pues estas aportan, según Haro (2009) un valor añadido claro y diferenciado, son atractivas, sencillas y usables, fomentan la comunicación, permiten la flexibilización de los procesos de enseñanza-aprendizaje... Sin embargo, para garantizar un uso eficaz y duradero de las redes sociales, es necesario que las instituciones apuesten y creen las estructuras necesarias y que estas estén acompañadas de formación continua y de investigación para evaluar el impacto y efectividad del uso de las redes sociales en Universidad actual (Flores, 2009).

6. Referencias

Barberá, E. (2008). Calidad de la enseñanza 2.0. *RED. Revista de Educación a Distancia*, 7, 1-17.

Bisquerra, R. (2004). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid: La Muralla.

Duart, J.- M. (2009). Internet, redes sociales y educación. *RUSC. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 6(1), 1-2.

Espuny, C., González, J., Lleixà, M. & Gisbert, M. (2011). Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*, 8(1), 171-185.

Esteve, F. (2009). Bolonia y las TIC: de la docencia 1.0 al aprendizaje 2.0. *La cuestión universitaria*, 5, 59-68.

Flores, J. M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en redes sociales. *Comunicar. Revista científica de educomunicación*, 17(33), 73-81. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/c33-2009-02-007>

García Cadena, C. H. (2006). La medición en las ciencias sociales y en la psicología. En R. Landero Hernández & M. T. González Ramírez (Eds.), *Estadística con SPSS y metodología de la investigación* (pp. 139-166). México: Trillas.

García Sans, A (2008). Las redes sociales como herramientas para el aprendizaje colaborativo: Una experiencia con Facebook. *Actas del XIII Congreso Internacional en Tecnologías para la Educación y el Conocimiento: La Web 2.0*. UNED. Madrid.

Gómez, M., Roses, S., & Farias, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar*, 38, 131-138. doi: <http://dx.doi.org/10.3916/C38-2012-03-04>

González Martínez, J., & Ruiz Nova, A. (2013). #ActitudesMaestros: Las actitudes de los futuros maestros hacia el uso educativo de las redes sociales. *Educatio Siglo XXI*, 31(1), 287-312.

Haro, J. J. de (2009). Las redes sociales aplicadas a la práctica docente. *Didáctica Innovación y Multimedia*, 13. Recuperado el 10 de febrero de 2010 en: <http://www.raco.cat/index.php/dim/article/view/138928/189972>.

Imbernón, F., Silva, P., & Guzmán, C. (2011). Competencias en los procesos de enseñanza-aprendizaje virtual y semipresencial. *Comunicar*, 36, 107-114.

Martín-Moreno, Q. (2004). Aprendizaje colaborativo y redes de conocimiento. *Actas de las IX Jornadas Andaluzas de Organización y Dirección de Instituciones Educativas*, Granada. Grupo Editorial Universitario, 55-70.

Ortega, S., & Gacitúa, J. C. (2008). Espacios interactivos de comunicación y aprendizaje. La construcción de identidades. *RUSC. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 5(2), 17-25.

Santamaría, F. (2008). Posibilidades pedagógicas. Redes sociales y comunidades educativas. *TELOS. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, 76, 99-109.