

#ActitudesMaestros: Las actitudes de los futuros maestros hacia el uso educativo de las redes sociales

#TeacherAttitudes: Teacher Attitudes towards
a educative use of social networks

JUAN GONZÁLEZ MARTÍNEZ
Universidad Rovira i Virgili
ALEJANDRA RUIZ NOVA

Resumen:

Las redes sociales siguen avanzando en su presencia social y, por tanto, también en su uso educativo en todos los niveles. Sin embargo, este último paso es tímido todavía, especialmente en la universidad. Para que los futuros maestros acaben impulsándolo, debemos conocer cuáles son sus actitudes hacia las redes sociales como herramienta educativa. Este estudio con los estudiantes de los grados de Educación Primaria e Infantil nos revela que esas actitudes no son negativas, sino positivas. Sin embargo, constatamos la falta de referentes claros sobre el uso educativo de las redes sociales; a buen seguro ello se acaba traduciendo en un cierto recelo que tal vez acabe disuadiéndolos de usarlas cuando sean profesionales de la educación.

Palabras clave:

Tecnología de la educación, redes sociales, expectativas, enseñanza superior.

Abstract:

Although the use of social networks for social purposes is pervasive, their use in educational institutions is still very limited. With the aim of finding out how future teachers perceive these new possibilities of interaction, we looked at the attitudes of a group of university students enrolled in infant and primary education degrees toward the use of social networks as educational tools. The data showed that, although the participants' attitudes were generally positive, they practically knew nothing about the use of social networking for educational purposes. We conclude that this lack of knowledge might eventually dissuade them from using social networks in their future teaching practice.

Key words:

Education technologies, virtual networks, attitudes, higher education.

Résumé:

L'usage des réseaux sociaux est de plus en plus fréquent dans la société et, par conséquent, dans l'éducation, à tous les niveaux. Cependant, ce dernier pas est encore timide, spécialement à l'Université. Pour que les futurs professeurs des écoles développent son

utilisation, nous devons connaître quelles sont leurs attentes face aux réseaux sociaux en tant qu'outil éducatif. Cette étude avec les étudiants des « grades » en Education Primaire et maternelle nous révèle que ces attentes ne sont pas négatives, mais positives. Cependant, nous constatons un manque de référents précis sur l'usage éducatif des réseaux sociaux ; cela se traduisant certainement à l'avenir par une crainte qui parviendra peut-être à les dissuader des les utiliser lorsqu'ils seront des professionnels de l'éducation.

Mots clés:

Technologies de l'éducation, réseaux virtuels, attitudes, enseignement supérieur.

Fecha de recepción: 5-7-2012

Fecha de aprobación: 12-9-2012

1. Introducción

En el presente estudio se pretende evaluar el componente actitudinal que los estudiantes universitarios, futuros maestros, tienen hacia las redes sociales como herramienta educativa que puede favorecer el proceso educativo en algunas de las etapas educativas del sistema educativo, fundamentalmente estudios medios y superiores. Para ello, se han analizado algunas de las redes sociales actuales, desde aquellas que tienen un carácter más genérico y un uso más extendido (por ejemplo, Facebook y Twitter), hasta las que se utilizan en contextos más especializados y restrictivos (PatataBrava y LinkedIn), sin olvidar otras como Tuenti y eLearningSocial (la una más lúdica y la otra enfocada al aprendizaje y a la formación continua). Toda esta investigación queda enmarcada dentro del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) y del cambio y del esfuerzo que las universidades están haciendo para aproximarse, cada vez más, hacia el uso de metodologías activas y participativas de enseñanza.

El actual, y por qué no decirlo aún novedoso, EEES ha suscitado grandes cambios en la concepción del proceso de enseñanza-aprendizaje. Así, la idea de que el aprendizaje es una acción más bien pasiva del alumnado y condicionada únicamente por las intervenciones y acciones didácticas del profesorado, máximo exponente de la acción didáctica, ya ha quedado postergada a tiempos pasados. Bien al contrario, con la aparición de nuevas formas de pensar y hacer en los contextos educativos y científicos, se propicia a nivel europeo una nueva visión de los estudios superiores, enfocada a introducir un nuevo paradigma educativo en el que el alumnado adquiera un papel activo en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es en este punto en el que se toma conciencia

de la importancia de potenciar la iniciativa del alumnado, su pensamiento crítico (Esteve, 2009) y, por supuesto, el trabajo colaborativo, en donde el conocimiento se construye a través del trabajo que lleva a cabo un grupo reducido de iguales, en este caso estudiantes, encaminado a la consecución de objetivos académicos (García Sans, 2008, pág. 1).

Sin duda, es en este nuevo contexto educativo en el que las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) adquieren un protagonismo sin límite (Esteve, 2009); pero, ¿sucede lo mismo con las redes sociales? ¿Obtenemos en este contexto el rendimiento esperado de ellas? ¿Cooperan solidariamente en ese trabajo colaborativo del que hablábamos? En este sentido, Haro (2011) pone el acento en la siguiente paradoja: 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». Ello, sin duda, nos lleva intuitivamente a obtener respuestas no tan positivas como desearíamos 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, 2011) y cuando los 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. Esto permite, por ejemplo en el caso de Facebook, establecer un filtro para acceder a contenidos útiles [conclusiones extraídas en el curso “Redes sociales y conocimiento” de 2009 en el Centro Internacional de Tecnologías Avanzadas (CITA) de la Fundación Germán Sánchez Ruipérez, en Peñaranda de Bracamonte, Salamanca].

Por supuesto, que la información compartida en las redes sea de calidad es fundamental; sin embargo, en muchas ocasiones, el simple intercambio de ideas favorece la reflexión, la conversación y el debate constructivo. Las redes sociales son un canal de comunicación por medio del cual sus participantes comparten mensajes que ofrecen la posibilidad de aprender, siempre y cuando los usuarios no pierdan el espíritu crítico y curioso al que antes nos hemos referido; y todo ello con la ventaja de poder superar los condicionantes espacio-temporales a los que, hasta la fecha, estaba sujeta cualquier situación de enseñanza-aprendizaje en el contexto tradicional.

De igual modo, y siguiendo a Martín-Moreno (2004), podemos decir

que las redes sociales son un buen instrumento para alcanzar el aprendizaje del alumnado, por cuanto con su uso se consigue trabajar de manera colaborativa, lo que sin duda aumenta la motivación por aprender; favorece un mayor rendimiento académico, dado que se produce una retroalimentación entre el aprendizaje individual y grupal; mejora la retención de lo aprendido; potencia el pensamiento crítico; y, multiplica la diversidad de conocimientos y de experiencias adquiridas.

No obstante, si examinamos detenidamente nuestro entorno, veremos que las redes sociales se han expandido en muchos de nuestros entornos (el familiar, el social y el laboral, entre otros); pero no ha sucedido lo mismo en el contexto educativo universitario. Según García Sans (2008) para el profesorado universitario trabajar con las redes sociales puede resultar incluso fácil, pero lo que no lo es tanto es conseguir una buena coordinación de los equipos de trabajo y una motivación suficiente por parte del alumnado para que se sientan parte del grupo. Y todo ello, en definitiva, encaminado a que participen de una manera lo suficientemente activa y provechosa.

Toda esa generalización, tan interesante como en teoría provechosa, ya ha sido estudiada en lo que podríamos considerar antecedente de esta investigación. En su estudio sobre las actitudes hacia las redes sociales de los estudiantes universitarios, Espuny (2011) cifra la importancia de atender al componente actitudinal como garantía necesaria de que ese aprovechamiento educativo de las redes sociales va a ser real y efectivo, más allá de modas o usos de aparador. 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 desconfían 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.

Si esto es así con el común de los estudiantes universitarios, ¿qué ocurre específicamente con los estudiantes de los grados de Educación? ¿Son diferentes a este respecto los futuros maestros? Si aceptamos que las redes sociales atesoran un gran potencial educativo, acaso los futuros maestros son los encargados de materializarlo en poco tiempo, cuando ejerzan profesionalmente la profesión para la que se están formando. En ellos, pues, quizá el componente actitudinal sea aún más importante,

por las consecuencias que implica. Explorar ese componente actitudinal es, sin duda, el objeto de esta investigación.

2. Objetivos de la investigación

Así pues, partiendo de la investigación llevada a cabo con los estudiantes universitarios del Campus Terres de l'Ebre de la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona, realizada por Espuny (2011), en la presente investigación tratamos de abordar el estudio de las actitudes que el alumnado de los grados de Educación (Primaria e Infantil, cursos 1.º a 3.º) tienen con respecto de las redes sociales y de su uso didáctico, así como sus reservas y sus preferencias. En este escenario, tratamos de averiguar cuál es (1) el grado de conocimiento y (2) de utilidad educativa esperada, por medio de un cuestionario autodistribuido ya usado y validado en investigaciones anteriores, pero específicamente adaptado para la actual.

La comprobación de estos dos objetivos nos llevará, sin duda alguna, a poder indagar sobre (3) la posible relación que se establece entre el uso real de las redes sociales en el contexto académico y la utilidad didáctica esperada de estas estructuras sociales virtuales. De igual modo, podremos realizar deducciones que nos permitirán (4) establecer las acciones eficientes que potencien el trabajo colaborativo y el aprovechamiento didáctico de las redes sociales, todo en aras de conseguir mejores resultados académicos. Únicamente si somos capaces de dar respuesta a estos interrogantes podremos planificar de modo coherente y lógico nuestras acciones educativas en las tendrá cabida, también de forma lógica, el uso didáctico de las redes sociales.

3. Metodología

La herramienta que hemos utilizado es el cuestionario autoadministrado usado en la investigación de la que partimos (Espuny, 2011), en la que también se abordaba el estudio de las actitudes hacia las redes sociales, en su uso educativo, en estudiantes universitarios de diferentes grados de la Universitat Rovira i Virgili, en el campus de Tortosa (Tarragona). En dicho cuestionario, se pregunta por aspectos como los siguientes: (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. Nosotros hemos añadido algunas cuestiones más, relacionadas con 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. Todo se puede consultar en el Anejo I, donde se recoge una versión analógica del cuestionario.

De todas las redes sociales por las que se interrogaba en Espuny (2011), en nuestro caso hemos sido más restrictivos, y hemos seleccionado solo seis; a saber, Facebook, Twitter, Tuenti, PatataBrava, LinkedIn e eLearningSocial. Con ello, intentamos preguntar a los informantes por las dos redes sociales de uso más general (Facebook y Twitter), por dos de las que se destinan específicamente a su franja de edad (Tuenti, más lúdica; y PatataBrava, para uso exclusivo universitario), y dos de uso profesional (LinkedIn, orientada al mercado laboral; e eLearningSocial, enfocada al aprendizaje y a la formación continua).

Las tres primeras partes del cuestionario, relacionadas con su conocimiento y su uso de las redes sociales, en sus facetas personal y académica, se basan en un escala gradiente de 4 elementos, en los que hemos analizado las frecuencias relativas y las diferencias significativas entre los diferentes subgrupos de la muestra; acerca de las preferencias por los canales de comunicación, tenemos una escala de gradiente 5, para la cual hemos analizado tanto las frecuencias relativas como los promedios. En el resto de preguntas hemos tratado de organizar las respuestas bajo el número de posibilidades que refleja mejor la realidad de que se trata en cada caso específico.

En relación con las limitaciones inherentes a los cuestionarios auto-distribuidos, que pueden presentar considerables sesgos, los autores de la herramienta (Espuny, 2011) certifican su voluntad de ser especialmente atentos durante su diseño a esta cuestión; por ello, fueron sensibles especialmente a 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. Lo mismo podemos decir nosotros para aquellas partes que hemos adaptado y contextualizado en función de los propósitos de esta investigación. No obstante, debe siempre tenerse en cuenta

esta circunstancia al valorar los resultados obtenidos por medio de dicha herramienta.

Como variables independientes, o biodatos, se han tenido en cuenta factores como el sexo, los grupos de edad, y el grado que cursan los informantes, con el ánimo de conocer si las actitudes hacia las redes sociales son estáticas o sensibles a diferentes condicionantes externos.

En cuanto al tratamiento que hemos dado a todos estos datos, hemos utilizado el paquete de cálculo estadístico SPSS 17.0 para su análisis descriptivo. Para las pruebas de significación de este análisis descriptivo se ha aplicado un test chi-cuadrado en las respuestas no paramétricas y un test ANOVA en las paramétricas, mientras que para el establecimiento de las relaciones entre los diferentes índices hemos optado por el coeficiente de correlación de Pearson. En ambos casos se han utilizado niveles de confianza de 0,05 o 0,01.¹

Finalmente, referiremos que este cuestionario ha sido distribuido a la totalidad de los alumnos de primero a tercer curso de los grados de Educación Primaria y Educación Infantil en el Campus Terres de l'Ebre de la Universitat Rovira i Virgili, al terminar el tercer trimestre del curso 2011/2012 (esto es, dos años después de que se distribuyera en el estudio precedente), por medio de la utilidad *Spreadsheets* de GoogleDocs, con la intención de agilizar no solo su respuesta, sino también el vaciado de los datos.

4. Datos obtenidos

Nuestro cuestionario fue distribuido, como decíamos, a la totalidad de los estudiantes de los grados de Educación Infantil y Primaria del Campus Terres de l'Ebre de la Universitat Rovira i Virgili, lo que suma una población de 232 individuos. De ellos, 84 respondieron a nuestra llamada, y 73 lo hicieron de tal forma que su participación ha resultado validada. Ello supone, finalmente, una tasa de respuesta de un 31 % sobre la población estudiada.

1 Por cuestiones de economía de espacio, renunciamos a dar cuenta exhaustivamente de todos estos indicadores resultantes del análisis estadístico descriptivo, y solo los explicitamos en la medida en que resulta relevante para el discurso y para la interpretación de los datos.

Participantes

Como se aprecia en la Figura 1 casi las tres cuartas partes de los participantes son mujeres (un 71%) mientras que los hombres representan un 29 %. Sin duda, el género de los participantes está condicionado por los estudios universitarios que están cursando, Educación Infantil y Educación Primaria. En concreto, contamos con que en nuestra muestra el 66 % está estudiando Educación Primaria y el 34 % Educación Infantil (Figura 2). Finalmente, cabe añadir que el 47 % está todavía en el primer curso de grado, el 26 % en el segundo y el otro restante 27 % están en el último curso, tercero (Figura 3).

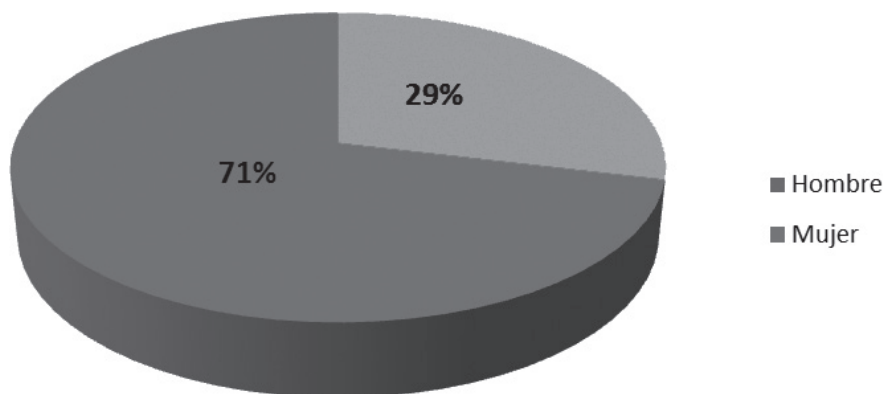


Figura 1. Distribución de la muestra por género

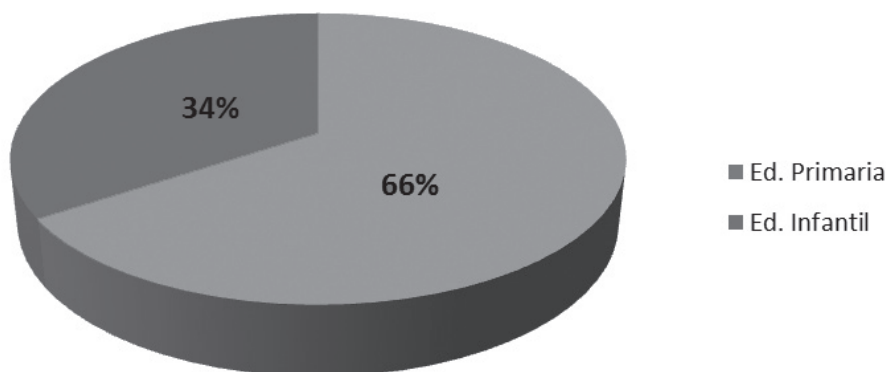


Figura 2. Distribución de la muestra por grado

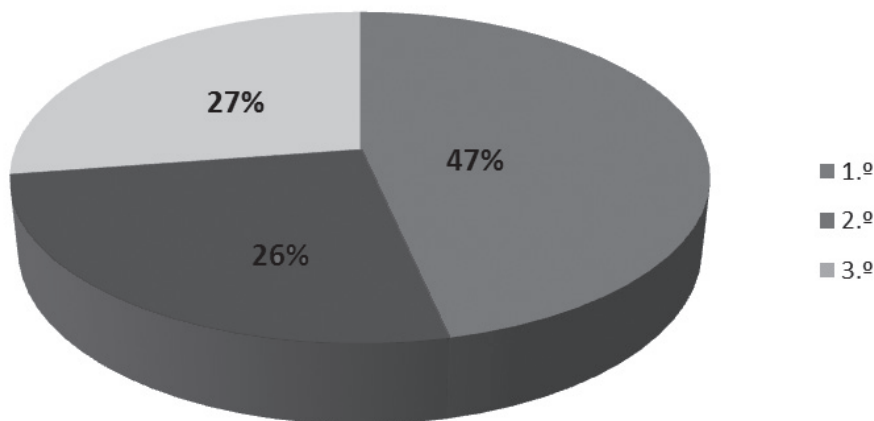


Figura 3. Distribución de la muestra por curso

Conocimiento de las redes sociales

Si analizamos la Tabla 1 podemos observar cómo se puede dividir el conjunto de redes sociales en dos grupos claramente diferenciados. Así, vemos que los participantes manifiestan conocer, aunque solo sea de oídas, aquellas redes sociales que de manera más generalizada están en nuestro día a día, es decir, Facebook, Twitter y Tuenti. 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. Sí que merece especial mención el caso de Facebook por ser la gran conocida y utilizada entre nuestra muestra (el 100 % dice conocerla). Por el contrario, en el caso de Twitter y Tuenti disminuye sustancialmente su uso, al 69,9 % y al 57,5 % respectivamente.

Entre el otro grupo de redes sociales, las que son menos conocidas, podemos apreciar que únicamente PatataBrava mantiene un porcentaje importante de conocimiento (37 %), hecho lógico puesto que se trata de una red social de uso exclusivo para universitarios. No obstante, y siguiendo con este mismo caso, vemos como un 34,2 % afirma solo haber oído hablar de ella y un 28,8 % ni tan siquiera eso. En conjunto, resulta que un 63 % no tienen contacto directo con esta red social, hecho bastante sorprendente por cuanto se trata de una herramienta educativa que está dirigida específicamente al ámbito universitario.

Por lo que respecta a LinkedIn vemos que solo un 9,6 % afirma conocer esta red social; y nadie eLearningSocial. El resto de porcentajes va bastante parejo, ya que mientras que un 23,3 % refiere que solo conoce el nombre de la primera red, el 35,6 % solo conoce el de la segunda. De igual modo, el 67,1 % y el 64,4 % informan que no conocen ni han oído hablar ni de una ni de la otra; es decir, son unas grandes desconocidas dentro de las redes sociales.

La misma información puede extraerse de la Figura 4; en este caso, la propia alternancia de colores de la representación evidencia esa tendencia en la evolución de los porcentajes de respuesta, desde el masivo conocimiento de Facebook al casi general desconocimiento de eLearningSocial y LinkedIn.

Tabla 1. Conocimiento de las redes sociales

	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

Conocimiento de redes sociales

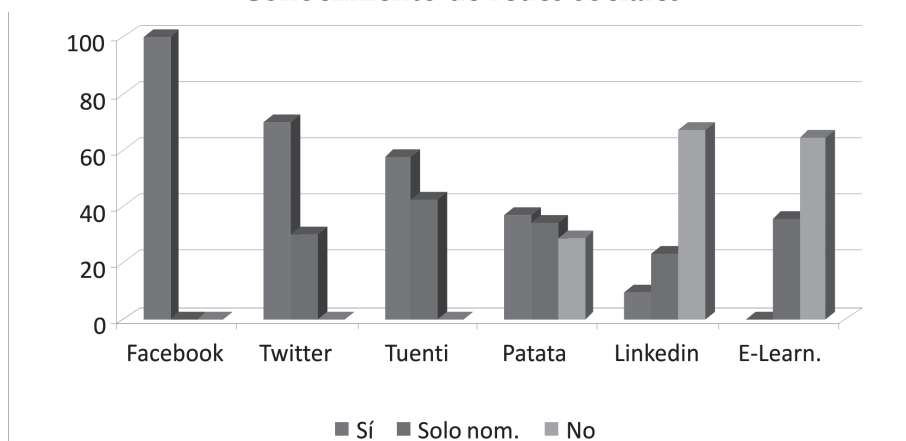


Figura 4. Conocimiento de las redes sociales

Uso personal de las redes sociales

Por lo que respecta al uso personal de estas mismas redes sociales (Tabla 2), podemos apreciar que Facebook es utilizada con una frecuencia regular por

un 95,9 % de los participantes, hecho lógico ya que se trata de la red que todos conocen (conocer una herramienta es condición previa para su uso).

En el siguiente paquete encontramos Twitter y Tuenti, ambas con porcentajes similares. Así, apreciamos que Tuenti es poco o nada utilizada (un 91,8 %) y lo mismo sucede con Twitter (un 86,3 %). Estos datos van en consonancia con el hecho de que Tuenti es menos conocida que Twitter y de que se trata de una red social que está más focalizada a adolescentes (57,5 % y 69,9 %, respectivamente; Tabla 1).

Las restantes redes sociales, dado que son herramientas más focalizadas a los ámbitos educativo y laboral, son poco o nada utilizadas a nivel personal: comprobamos que tanto PatataBrava como LinkedIn son utilizadas con regularidad; es decir, bastante (de hecho, solo un en 2,7 % de los informantes); e eLearningSocial no la utilizan nunca. Por todo ello podemos concluir que la red social preferida por los universitarios es, sin duda, Facebook. También en este caso la alternancia de colores ilustra esta aseveración de modo claro (Figura 5)

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

	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

Uso personal de redes sociales

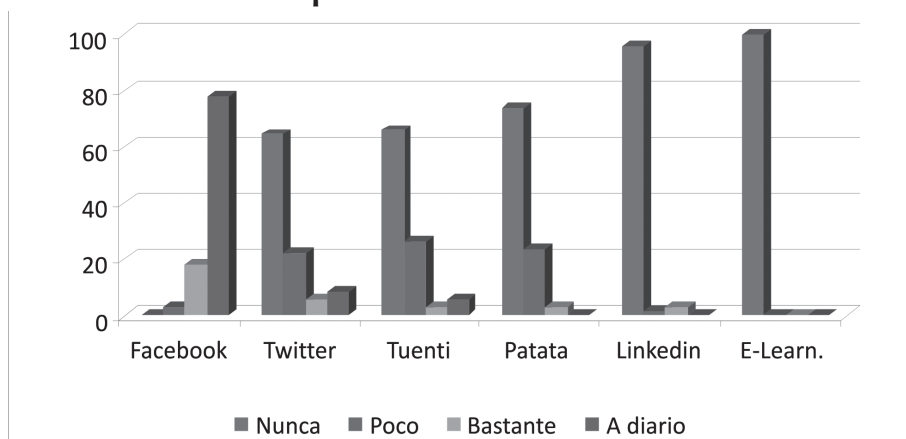


Figura 5. Uso personal de las redes sociales (en %)

Uso universitario de las redes sociales

Atendiendo a los resultados recogidos en la Tabla 3, vemos que Facebook tiene un uso regular menor a nivel universitario que a nivel particular (pasa de un 95,9 %, información extraída de la Tabla 2; a un 87,6 %, Tabla 3); aspecto comprensible si tenemos en cuenta que esta red social no es una herramienta de uso universitario específico.

Como aspecto curioso y poco alentador, encontramos que PatataBrava, a pesar de ser una red social específica del ámbito universitario y ser conocida por el 30 % de los encuestados, solo es utilizada para este cometido por un 6,8 %. Incluso Twitter la supera en este sentido (un 12,3 % la usan entre poco y a diario), lo que nos debe llevar a la reflexión de si realmente la red PatataBrava está dando al alumnado aquello que realmente necesita para su desempeño en el contexto académico.

Por lo que respecta al resto de redes sociales podemos concluir que el alumnado universitario no las usa en el ámbito estrictamente académico; y así se refleja de modo más visual en la Figura 6.

Tabla 3. Uso de las redes sociales como estudiantes universitarios (en %)

	Facebook	Twitter	Tuenti	Patata	LinkedIn	E-Learn.
No	4,1	87,7	95,9	93,2	100	100
Poco	8,2	6,8	4,1	4,1	0	0
Bastante	34,2	4,1	0	2,7	0	0
A diario	53,4	1,4	0	0	0	0

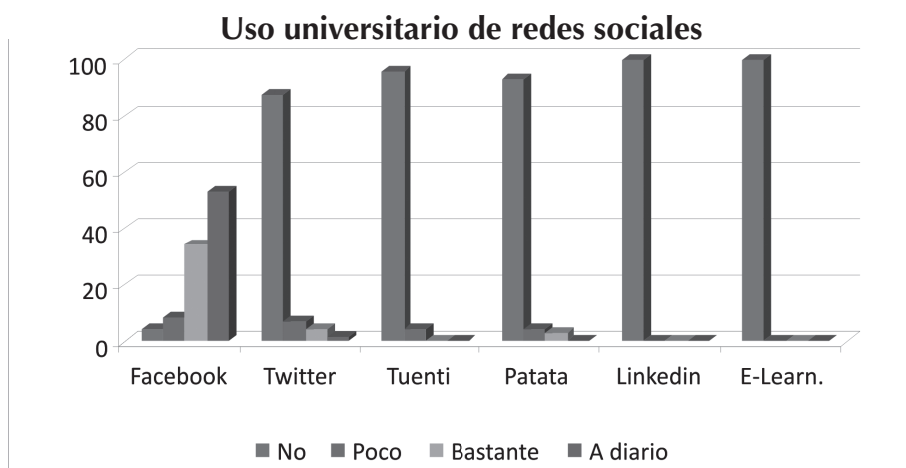


Figura 6. Uso de las redes sociales como estudiantes universitarios (en %)

Utilidad educativa esperada para las redes sociales

En cuanto a la utilidad que los informantes asocian a las redes sociales como herramienta educativa, 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, a excepción de Facebook (*vid.* Tabla 4). En este caso, los alumnos creen que esta herramienta es menos útil a nivel educativo que el uso que en realidad hacen de ella para sus estudios. Sin embargo, en el caso concreto de Twitter, PatataBrava y eLearningSocial nos encontramos ante redes sociales con escaso predicamento real entre nuestros informantes, en su faceta de estudiantes universitarios, pero para las cuales confían en encontrar no poca utilidad (acaso estos datos no sean otra cosa que el reflejo claro del sesgo de deseabilidad social). Así se refleja, de nuevo, de forma visual, en la Figura 7.

Tabla 4. Utilidad educativa esperada para las redes sociales (en %)

	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

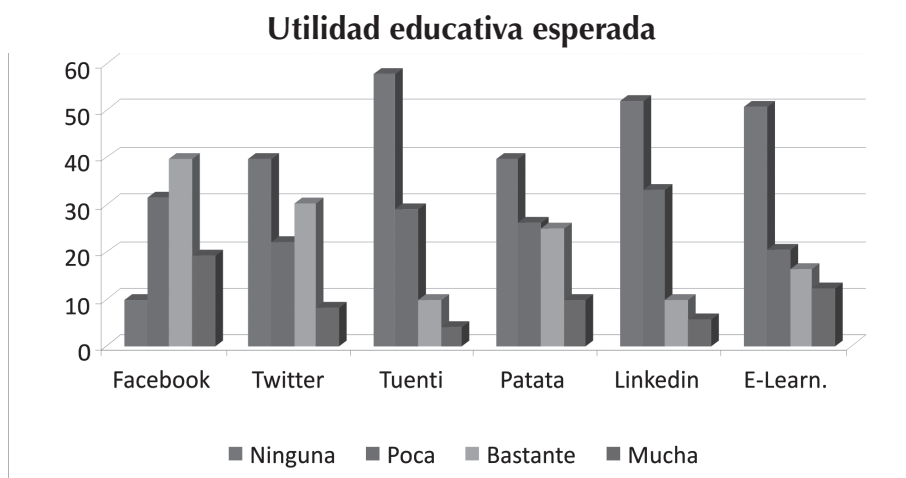


Figura 7. Utilidad educativa esperada para las redes sociales (en %)

Usos reales en la Universidad de las redes sociales

Si entramos a continuación a valorar cómo las redes sociales están siendo usadas en la vida académica de nuestros estudiantes, según la Figura 8 podemos observar que más de la mitad de nuestros informantes (el 68 %) no han visto nunca utilizar nunca las redes sociales por arte de sus profesores, en el contexto académico. A esto se une el hecho de que un 21 % de los encuestados informa que sus profesores solo las utilizan de manera anecdótica. Como puede deducirse de los siguientes datos, las redes sociales no son un instrumento educativo habitual en el contexto educativo universitario; lo que, sin duda, veremos que puede estar afectando a los resultados que se recogen en la última cuestión (la que mide el uso futuro que los estudiantes realizarán de las redes sociales cuando en un futuro ejerzan como docentes).

En este sentido, también es importante comprobar que, aunque los universitarios no tienen modelos de profesores activos en el uso de las redes sociales en la enseñanza, sí muestran, de manera general, expectativas positivas respecto al provecho que puede obtenerse de ellas para enseñar y aprender. Es de suponer que estas expectativas serían aún mejores si los alumnos tuviesen ejemplos palpables y fehacientes de la utilidad educativa de las mismas.

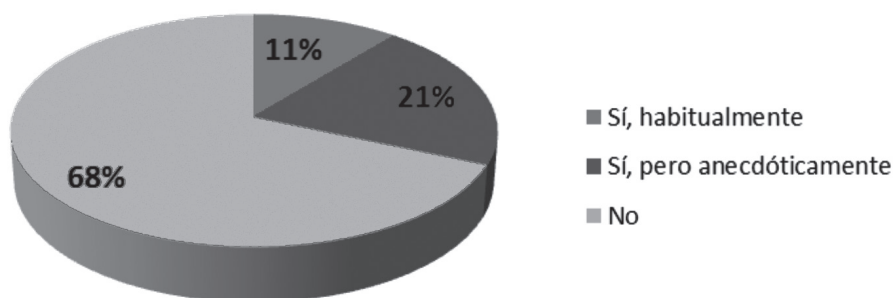


Figura 8. ¿Algún profesor universitario tuyo usa las redes sociales?

Separación entre los usos personal y académico en las redes sociales

A continuación, en la Figura 9, se refleja la importancia que los participantes conceden a la separación entre los usos personal y académico cuando utilizan las redes sociales. Únicamente el 8 % de los encuestados opina que esta cuestión no es trascendente.

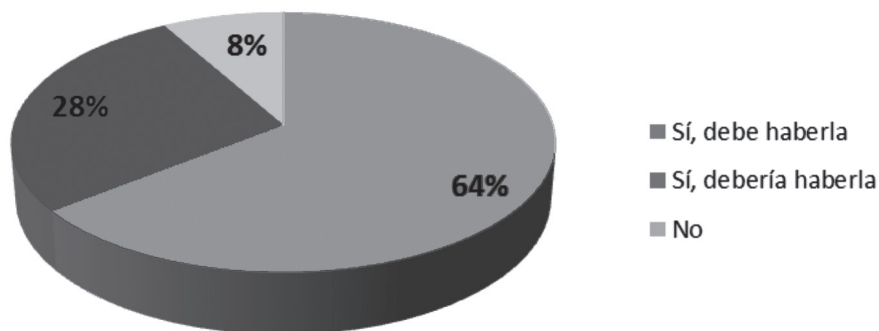


Figura 9. Separación entre los usos personal y académico en las redes sociales

Privacidad en las redes sociales

En cuanto a las cuestiones de privacidad en las redes sociales, a más de la mitad de nuestros informantes le preocupan las cuestiones de privacidad (un 62 %; en la Figura 10); mientras que a un 34 % le preocupan estas cuestiones, aunque no demasiado.

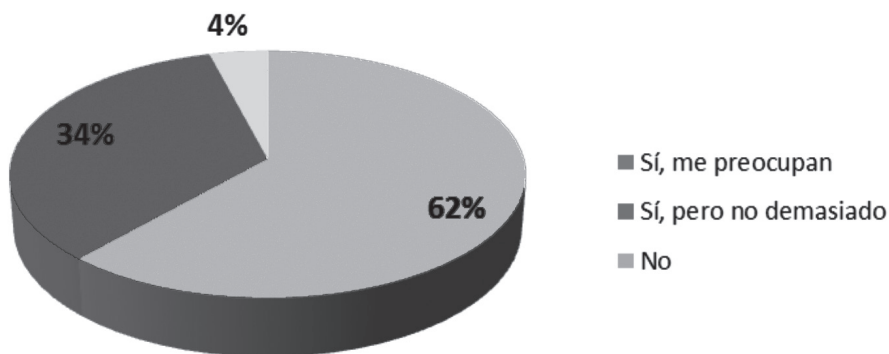


Figura 10. Preocupación acerca de la privacidad en las redes sociales

Valoración de los canales de comunicación

En general, si analizamos la Tabla 5, podemos apreciar que los participantes valoran de modo positivo el hecho de que sus profesores y profesoras tengan contacto con ellos por otras vías además de la clase. Hasta cierto punto, es algo lógico, ya que estas otras vías pueden reforzar y complementar los aprendizajes de los alumnos. Aun así, cabe decir que son el correo electrónico y el entorno virtual de enseñanza-aprendizaje (EVEA; en este caso, Moodle) las vías con las que los alumnos se sienten

más cómodos en su comunicación con el profesorado fuera del aula. Sin duda, también son las que en el ámbito educativo han proliferado con mayor fuerza y con las que, por tanto, han tenido más contacto; es decir, son las vías de comunicación a las que están más acostumbrados.

Por otra parte, encontramos que el uso del teléfono y de las redes sociales, aunque valorados positivamente, lo son en menor medida que las anteriores. Es probable que los alumnos vean algo extraño el uso del teléfono para los intercambios académicos. Lo mismo sucede con las redes sociales. La misma información se puede obtener de la Figura 11 de frecuencias, aunque al tratarse de una información visual es más fácil percibir la tendencia que los porcentajes.

Tabla 5. Valoración de los canales de comunicación (en %; medias sobre 5)

	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
Media	4,68	4,68	3,07	3,07	2,27

Valoración de los canales de comunicación

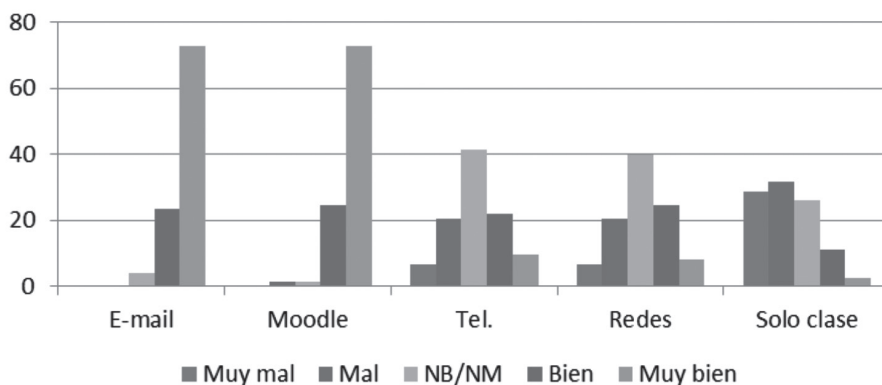


Figura 11. Valoración de los canales de comunicación (en %)

Usos futuros

En la Tabla 6 comprobamos que existen contradicciones en las que sería interesante seguir profundizando. Por ejemplo, un 55 % de los alumnos

considera que el uso de las redes sociales les puede ayudar a mejorar su comunicación con el profesorado; un 73 % cree que con su uso se puede conseguir trabajar de manera colaborativa, objetivo básico de la docencia; y un 59 % que con ello se captará más fácilmente la atención del alumnado. Es curioso que valorando estos tres aspectos de manera positiva, los encuestados no lleguen a la deducción de que mejorará la cohesión de grupo y el aprendizaje. Si tenemos en cuenta que los tres criterios primeros son, junto con otros, prerequisites del aprendizaje, lo normal sería creer que se mejorará el aprendizaje. No obstante, parece que estos datos están negativamente influenciados por las pocas y a buen seguro poco efectivas experiencias que los universitarios tienen o han tenido con las redes sociales (ver, de nuevo, Figura 8).

Tabla 6. Valoración de las redes sociales en usos futuros (en %)

	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo
Mejoraría la comunicación entre profesorado y alumnado.	55	32	14
Facilitaría el trabajo colaborativo.	73	16	11
Captaría más la atención del alumnado.	59	30	11
Facilitaría el aprendizaje.	33	47	21
Conseguiría que el conocimiento estuviera más cercano.	48	37	15
Cohesionaría más el grupo-clase.	42	21	10

Y, para finalizar, ofrecemos la Figura 12, donde se muestra el porcentaje de alumnos universitarios de los grados de Educación que anticipan si usarán las redes sociales como herramienta docente en su futuro ejercicio profesional. En este punto, también llama la atención que tan solo un 14 % de los encuestados vea con claridad que sí lo hará, más si cabe cuando estamos en la era de las nuevas tecnologías y de las TIC. El gran grueso de la muestra opina que posiblemente sí las utilizará (un 55 %), aunque no están seguros de ello. Por otra parte, es también llamativo que haya futuros maestros que ya están predispuestos a no utilizarlas (un 5 %).

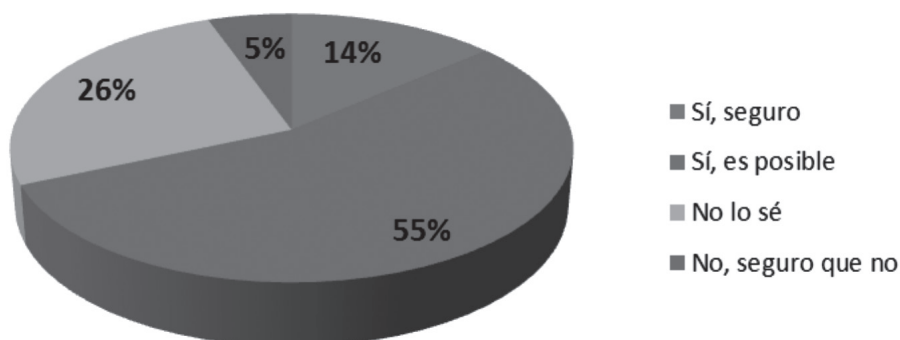


Figura 12. Uso futuro de las redes sociales como docentes

5. Discusión y conclusiones

Tras la exposición de todos estos datos, corresponde que nos dediquemos a reflexionar sobre ellos y a apuntar algunas conclusiones que, a nuestro modo de ver, se desprenden de su análisis. La primera de ellas atiende a los índices de conocimiento y de uso, tanto personal como académico, de las redes sociales. Hemos visto que, en líneas generales, conocen las seis redes sociales propuestas, pero es manifiesto que conocen más aquellas cuya presencia en la vida cotidiana es más general. Y, a medida que atendemos a redes sociales más específicas —como LinkedIn o eLearningSocial— ese conocimiento está mucho menos extendido. Lo mismo ocurre por lo que respecta al uso personal de las redes sociales, habitual y constante en Facebook, y casi también en Twitter o Tuenti, pero no tanto en las restantes, algunas de las cuales son completamente inusitadas. Como tercer escalón esperable en esta gradación, el uso académico de estas seis aplicaciones es completamente previsible: las que se usan en el ámbito personal pueden llegar a usarse como estudiantes; las restantes, en absoluto. Y ello es estable en toda la muestra, pues no se documentan diferencias importantes —mucho menos, significativas— en función de los diferentes factores que usamos como variables independientes: género, grado estudiado o curso.

La utilidad académica esperada, como ya hemos señalado, resulta interesante, por positiva. Aun conscientes de la presencia evidente del sesgo de deseabilidad social (¿qué estudiante de un grado de Educación consideraría poco educativa potencialmente alguna tecnología, en

el ambiente en que vivimos en la Sociedad del Conocimiento, con las TIC tan presentes?), no hay duda de que los informantes tienen buenas expectativas hacia las redes sociales, que incluso están presentes para aquellas de las redes que han afirmado conocer poco y usar o haber usado de forma anecdótica o incluso nula. En un contexto como el del EEES, en que comunicarse y relacionarse entre iguales es una necesidad cotidiana, a buen seguro, la mera idea de que una aplicación puede contribuir en esos procesos ya se valora de modo positivo, aunque no se tenga la certeza concreta de cómo ello se materializa.

Sin embargo, acaso resulte importante incidir en esa potencialidad, en esas expectativas sobre algo que no necesariamente acaba conociéndose por la práctica. En ese sentido, Espuny (2011, pág. 181) resalta que «nuestros alumnos, potencialmente, son susceptibles de utilizar las redes sociales en el contexto académico con provecho [...]; sin embargo, debemos insistir en ese “potencialmente”», porque todo ello se fundamenta en consideraciones apriorísticas, pues el alumnado usa de forma heterogénea las redes sociales en su vida personal, pero son homogéneamente esporádicos los usos académicos.

Ello, por supuesto, tiene su origen en aquello que les ofrecemos a los estudiantes como modelo: exploramos sus actitudes hacia el uso educativo de las redes sociales cuando dicho uso no es una constante que ellos hayan vivido como alumnos. Así, por ejemplo, al analizar estas actitudes en función de sus respuestas al preguntarles si alguno de sus profesores universitarios usa con ellos las redes sociales, vemos que la diferencia no es significativa entre aquellos que responden afirmativamente y los que responden negativamente. Es cierto que se observa una ligera tendencia a que el alumnado considere mayores las expectativas educativas de las redes sociales si las ha visto utilizar en clase; no obstante, parece que no discriminan entre que ese uso real se haya producido de modo esporádico o intensivo. Y ello nos lleva a suponer que incluso cuando ese uso de las redes sociales ha sido intensivo, no ha sido especialmente productivo desde el punto de vista de los alumnos, por cuanto no consigue que sus expectativas sean sustancialmente mejores. Ello, por supuesto, se refuerza cuando confirmamos que ni a un respecto ni al otro hay diferencias importantes en función del curso que siguen los alumnos. Por tanto... ¿qué modelos de uso educativo de las redes sociales han tenido los futuros maestros?, ¿de qué podrán partir cuando decidan usarlas como docentes?, ¿cuál será su inspiración? Y, por último, si consideramos que

el uso selectivo y planificado de las redes sociales en el aula puede ser provechoso, ¿quién va a convencerles de ello por medio de la práctica?

Esta misma idea de la falta de modelos y ejemplos prácticos de uso cobra mayor consistencia cuando atendemos a cómo valoran los informantes en qué les sería provechoso el uso de las redes sociales en su futuro inmediato como estudiantes universitarios de un grado en Educación (Vid. Figura 11 y Tabla 6). Como decíamos en el epígrafe anterior, es curioso que condicionantes previos y facilitadores del aprendizaje (tales como captar la atención del alumno, trabajar colaborativamente, cohesionar el grupo-clase y acercar el conocimiento), que se valoran tan positivamente en un caso real de su futuro inmediato, no deriven necesariamente en que la muestra tenga al final la percepción de que todo ello contribuirá en la mejora o facilitación del aprendizaje real (que es el ítem que los informantes valoran de modo más escéptico). Y ello quizá tenga que ver con que los alumnos siguen valorando circunstancias que no se dan, y que no han visto realmente (pero que, por su potencial, valoran positivamente); aunque todo ello no saben cómo usarlo en su propio aprendizaje, y por tanto ahí son más escépticos.

Llegados a este punto, ¿qué retos tienen ante sí las redes sociales en su rol de facilitadores del aprendizaje, como parte de una estrategia de mejora de los procesos de enseñanza? Espuny (2011) recogía, como decíamos en la introducción, que sus informantes presentaban buenas actitudes hacia las redes sociales, sin recelos evidentes; aunque, como segunda cara de esa misma moneda, el entusiasmo no dominaba en ellos. Algo parecido podemos afirmar nosotros con nuestros datos, si cabe con mayor rotundidad. Como veíamos en la Figura 12, tres cuartas partes de nuestra muestra se sitúan en la esfera de la incertidumbre (tendente a lo positivo o a lo negativo, pero incertidumbre al fin y al cabo), lo cual entra en franco conflicto con esa deseabilidad social de que hablábamos, que les llevaría a responder de forma proporcionalmente más rotunda: nuestros futuros maestros no parecen tener demasiado claro ese potencial educativo sobre el que les preguntábamos y, por ello, dudan de su uso futuro.

Para la conformación de esa percepción poco entusiasta, hay no pocas circunstancias que ayudan. Podemos atender, en primera instancia, a factores como las naturales reservas acerca de la separación de los usos personal y académico o profesional de las redes sociales o las cuestiones de privacidad, donde veremos uno de los obstáculos que hay que vencer.

Si usamos la pregunta sobre la separación entre usos personal y académico como factor discriminante, apreciamos diferencias significativas interesantes (Vid. Tabla 7):

Tabla 7. Valoraciones para Moodle y las redes sociales (en %)

	Redes sociales			Moodle		
	<i>Sí, debe</i>	<i>Sí, debería</i>	<i>No</i>	<i>Sí, debe</i>	<i>Sí, debería</i>	<i>No</i>
Muy mal	10,6	0	0	0	0	0
Mal	19,1	30	0	2,1	0	0
NB/NM	42,6	35	33,3	0	0	16,7
Bien	19,1	25	66,7	23,4	20	50
Muy bien	8,5	10	0	74,5	80	33,3

Por los valores destacados en cursiva, vemos que los alumnos que consideran que debe o debería haber un separación entre los ámbitos personal y académico en el uso de las redes sociales son los que penalizan que un profesor se ponga en contacto con ellos por medio de las redes sociales (la antítesis de ello es Moodle, que es bien valorada por esos mismos alumnos, porque solo puede tener un uso académico, con lo cual parecen considerarlo más apropiado). La Tabla 7, que contrapone esos datos, intenta reflejar esas dos ideas.

Cuando realizamos esta misma operación tomando como variable independiente las respuestas acerca de la privacidad en las redes sociales, aunque no de modo tan claro, vemos también que aquellos alumnos con reservas acerca de la privacidad de las redes sociales valoran positivamente en menor porcentaje que un profesor se ponga en contacto con ellos por medio de ellas, en oposición a los que no tienen ese tipo de reservas, que tienen un mayor porcentaje de respuestas positivas.

A falta de referentes prácticos en que las redes sociales se usen de modo provechoso y con rendimiento educativo, parece que prevalecen algunas reservas, que apuntan quizá a que las redes sociales están firmemente instaladas en la faceta personal de la vida del individuo, con un protagonismo evidente del componente lúdico; y, por tanto, su uso por parte del profesorado puede llegar a sentirse como una injerencia de lo profesional y académico en lo personal (así es como parecen valorar, por ejemplo, que un profesor llame por teléfono a un alumno, como ya hemos visto, como una aparente invasión). Cabría poder comprobar, por tanto, en qué medida estas reservas, patentes en unos informantes, pero

a buen seguro latentes más o menos intensamente en todos, les condicionan cuando valoran la potencial utilidad de las redes sociales; y, lo que es más importante, en el momento en que tengan que usarlas por sí mismos.

Sin embargo, en este conglomerado actitudinal positivo, pero poco entusiasta y poco dado a la propia exploración de los usos educativos de las redes sociales, hay algo que también debemos considerar conjuntamente con los propios recelos derivados de la separación entre ámbitos o las cuestiones de privacidad. Este aspecto es la falta de modelos claros que les guíen en su posterior puesta en práctica y que, en definitiva les permitan dar ese paso entusiasta en su uso. Eso, por supuesto, son actitudes; pero actitudes que solo conseguiremos vencer en la medida en que seamos capaces de modificar nuestras propias acciones como docentes. No hay duda, por supuesto, de que por otra parte las redes sociales están dando sus primeros pasos en su incorporación como herramienta a la enseñanza reglada; y esa innovación deberá consolidarse y también evaluarse desde la investigación para que se evidencie que su potencial es real y que, por tanto, usarlas es educativamente productivo. Por supuesto, eso será el gran argumento que generalice o no el uso de las redes sociales en educación, en su justa medida; sin embargo, un buen componente actitudinal y unos referentes claros pueden contribuir en gran medida a agilizar ese proceso exploratorio e investigador.

Llegados a este punto, nuestra condición de investigadores nos obliga a trazar una hoja de ruta para gestionar este diagnóstico a fin de que se materialice en una mejora de la praxis educativa presente y futura por medio del aprovechamiento de todos los recursos a nuestra disposición, incluidas las redes sociales. En general, estamos de acuerdo en que las redes sociales, bien planificadas, aportan un valor añadido claro y diferenciado (Ortega y Gacitúa, 2008): son atractivas socialmente, sencillas y muy «usables», fomentan la comunicación, permiten la descentralización de los procesos de enseñanza-aprendizaje y su modulación, etc. (Martín Moreno, 2004; Haro, 2009). Ahora bien, para dar el salto desde ahí a su uso efectivo y eficaz, debemos seguir un proceso que, en buena medida pasa por el necesario impulso de las instituciones de formación ante el cambio educativo (Flores, 2009), impulso cuyo testigo debemos recoger los docentes.

Y es que los docentes tenemos la responsabilidad individual de asumir el reto de transformar para el uso educativo lo que no fue pensado

para ello, pero que ofrece grandes potencialidades (Barberá, 2008), pues ello solo puede producirse con éxito en contextos reales de uso. Y, lejos de improvisar y testear al azar, como parece que se desprende de las opiniones de nuestros informantes, ese uso real debe ser planificado (Duart, 2009) y consciente del necesario aprovechamiento de estas herramientas en el seno del cambio metodológico que implica el EEES (Espuny, 2011, pág. 182).

Una vez más, parece que el camino que debemos seguir es el de la formación; una formación que se deslinde de esos usos improvisados de las TIC en el contexto educativo, que no dude en aprovechar el atractivo de la tecnología, pero que huya de esa aura de ludismo que hace perder el verdadero sentido de su uso. Y que se aúne con los esfuerzos investigativos para ir comprobando qué realmente es productivo y qué no (García Sans, 2008), y todo ello sin que cunda la sensación de que renovamos por renovar o invadimos los procesos tradicionales sin una finalidad clara (Handley, 2007).

Referencias bibliográficas

- Barberá, E. (2008). «Calidad de la enseñanza 2.0». *RED. Revista de Educación a Distancia*. 7. 1-17.
- Duart, J.- M. (2009). «Internet, redes sociales y educación». *RUSC. Revista de Universitat y Sociedad del Conocimiento*. Vol. 6, n.º 1. 1-2.
- Espuny, Cinta; González, Juan; Lleixà, Mar; Gisbert, Mercè (2011). «Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios». En: «El impacto de las redes sociales en la enseñanza y el aprendizaje» [monográfico en línea]. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC)*. Vol. 8, n.º 1, págs. 171-185. UOC.
- Esteve, F. (2009). «Bologna 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*. N.º 33, v. XVII. 73-81.
- 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.
- Handley, C.; Wilson, A.; Peterson, N.; Brown, G.; Ptaszynski, J. (2007). *Out of the Classroom & into the Boardroom*. Higher Education Consortium, Microsoft.
- 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>.

- 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*. Vol. 5, n.º 2. 17-25.
- Santamaría, F. (2008). «Posibilidades pedagógicas. Redes sociales y comunidades educativas». *TELOS. Cuadernos de Comunicación e Innovación*. 76. 99-109.

#ActitudesMaestros:

Las actitudes de los futuros maestros hacia el uso educativo de las redes sociales

Anejo I. Cuestionario de Redes Sociales (adaptado a partir de Espuny, 2011)

Biodatos

- A. Edad
- B. Género
- C. Estudios que cursas actualmente
- D. Curso

Conocimiento de las redes sociales

¿Sabes qué son las redes sociales? [Sí / No]

Si has respondido afirmativamente a la pregunta anterior, intenta definir qué son:

Indícanos tu conocimiento de las siguientes redes sociales:

Facebook / Twitter / Tuenti / PatataBrava / LinkedIn / eLearningSocial
[Sí Sí, la conozco / Solo he oído nombrarla / No, no la conozco ni he oído hablar de ella]

Uso de las redes sociales

Indícanos tu uso de las siguientes redes sociales en tu vida personal:

Facebook / Twitter / Tuenti / PatataBrava / LinkedIn / eLearningSocial
[No la uso nunca. / Tengo cuenta, pero la uso esporádicamente. / La uso bastante, pero no a diario. / La uso mucho, a diario.]

Ahora, indícanos tu uso de las siguientes redes sociales en tu vida universitaria:

Facebook / Twitter / Tuenti / PatataBrava / LinkedIn / eLearningSocial
[No la uso nunca. / Tengo cuenta, pero la uso esporádicamente. / La uso bastante, pero no a diario. / La uso mucho, a diario.]

Actitudes hacia las redes sociales

Valora la utilidad que consideras que tienen las siguientes redes sociales aplicadas a la educación:

Facebook / Twitter / Tuenti / PatataBrava / LinkedIn / eLearningSocial
[Ninguna / Poca / Bastante / Mucha]

Experiencia en el uso educativo de las redes sociales

¿Algún profesor tuyo utiliza las redes sociales como herramienta docente?
[Sí, habitualmente. / Sí, pero su uso es anecdótico. / No.]

¿Crees que debe haber una clara separación entre el uso personal y el académico de las redes sociales?

[Sí, debe haberla. / Sí, debería haberla, pero no es fundamental que la haya. / No, no es necesario que esa separación exista.]

¿Te preocupan las cuestiones de privacidad en el uso de las redes sociales?
[Sí, me preocupan mucho. / Sí, pero no demasiado. / No, no me preocupa en absoluto.]

¿Cómo valoras que los profesores se comuniquen contigo por los siguientes medios?

Por correo electrónico / Por medio de la plataforma virtual de EA (Moodle) / Por teléfono / Por medio de una red social / Solo en clase, en presencia

[Muy mal / Mal / Ni bien, ni mal / Bien / Muy bien]

Propuestas para el próximo curso

Valora un eventual uso de las redes sociales en cualquiera de tus asignaturas de este curso en relación con los siguientes aspectos:

Mejoraría la comunicación entre profesorado y alumnado. / Facilitaría el trabajo colaborativo. / Captaría más la atención del alumnado. / Facilitaría el aprendizaje. / Conseguiría que el conocimiento estuviera más cercano. / Cohesionaría más el grupo-clase.

[De acuerdo / Indiferente / En desacuerdo]

¿Usarás las redes sociales cuando seas maestro, en tu ejercicio profesional?
[Sí, por supuesto. / Es posible, pero no lo sé seguro. / No, no creo que lo haga. / No, seguro que no.]