

La introducción de *Facebook* en el aula universitaria en España: la percepción del estudiante

The Introduction of *Facebook* in the University Classroom in Spain: Student Perception

Joan Francesc Fondevila Gascón¹, Pedro Mir Bernal², Javier L. Crespo³, Eva Santana López⁴, Josep Rom Rodríguez⁵ y Elena Puiggròs Román⁶

¹Escola Universitària Mediterrani - Universitat de Girona, Universitat Ramon Llull – Universitat Oberta de Catalunya - Universitat Pompeu Fabra y Universitat Autònoma de Barcelona. ²Universidad de Navarra. ³Universitat de Barcelona. ⁴y ⁵Universitat Ramon Llull. ⁶Universitat de Girona.

E-mail /ORCID ID: jf.fondevila@mediterrani.com / 0000-0002-6587-939X; pedromirbernal@gmail.com / 0000-0003-1832-7602; lcrespojavier@gmail.com / 0000-0003-0157-0892; evasl1@blanquerna.url.edu / 0000-0002-5872-7494; josepr@blanquerna.url.edu / 0000-0002-4910-2169; elena.puiggròs@mediterrani.com / 0000-0003-2196-4581

Información del artículo

Recibido 4 de Mayo de 2015. Revisado 2 de Julio de 2015. Aceptado 22 de Octubre de 2015.

Palabras clave:

Facebook, Universidad, Tecnología, Estudiante, Profesor, Red Social, Internet.

Keywords:

Facebook, College, Technology, Student, Teacher, Social Networking, Internet

Resumen

La penetración de *Facebook* en el tejido estudiantil es una realidad tecnológica educativa con la que la universidad debe convivir. Ante ello, se plantea la disyuntiva de tratar de incorporar la red social como factor de enriquecimiento en la relación entre alumnado y profesorado, o alejarla de las aulas. De hecho, existe un *gap* entre el uso de los estudiantes y el de profesorado e instituciones académicas. En esta investigación se analiza el uso de *Facebook* por parte de los estudiantes universitarios con relación al aprendizaje y a la tarea universitaria, y se sondea si el estudiante aceptaría de buen grado la incorporación del profesorado a esa herramienta en el aula universitaria. A partir de un enfoque metodológico cuantitativo (cuestionario a estudiantes en el curso 2014-15), se observa que *Facebook* ya es una realidad aplicada al aula en España, ya que se reconocen actividades -como grupos creados con objetivo académico, la compartición de enlaces a contenidos de carácter académico o incluso la respuesta de encuestas de compañeros-. En cuanto al uso de *Facebook* por parte del profesorado, la mayoría de los estudiantes son favorables a ello.

Abstract

Facebook penetration in student framework is an educational technology reality that the university should live. In response, the dilemma of trying to incorporate social networking as enrichment in the relationship between students and teachers, or out of the classroom arises. In fact, there is a gap between the use of students and faculty and academic institutions. In this research the use of *Facebook* is analyzed by university students in relation to learning and university work, and probed whether the student would welcome the inclusion of teachers to that tool in the university classroom. From a quantitative approach, it appears that *Facebook* is a reality applied to the classroom in Spain as well as activities such groups created with academic goal, sharing links about content of an academic nature or even the answer surveys peers recognized. On the use of *Facebook* by teachers, most students are favorable.



1. El peso de *Facebook* en el aula

El creciente uso de las redes sociales por parte de los estudiantes es una realidad ineludible en el entorno académico y, específicamente, en el universitario. El hecho de que el 90% de los estudiantes universitarios en Estados Unidos reconocieran usar *Facebook* (Paul, Baker y Cochran, 2012) refleja que huir de esa realidad y no afrontarla no es una actitud responsable desde la perspectiva académica, aunque el uso mayoritario de *Facebook* sea para permanecer en contacto con los amigos (Cheung, Ching y Leei, 2011), conectividad propia de la Sociedad de la Banda Ancha (Fondevila Gascón, 2013).

Mientras en el ámbito estudiantil se asume que *Facebook* puede ser útil a diversos efectos que se analizarán en este estudio, la introducción entre el profesorado no es tan sencilla. No obstante, los estudiantes se muestran favorables a que los profesores universitarios utilicen la red social para facilitar el aprendizaje (Kabilan, Ahmad y Abidin, 2010; Roblyer *et al.*, 2010), y se recomienda al profesorado y a las instituciones académicas que se implementen soluciones para rentabilizar la realidad existente. El uso de la red, empero, debe ceñirse a una definición *ex ante* y pactada de los objetivos de uso en el aula.

La apertura de miras se asocia a la variable edad. Así, los estudiantes más jóvenes muestran más predisposición a adoptar las redes sociales como herramienta de ayuda al aprendizaje que los estudiantes de más edad (Wang *et al.*, 2012). Ello queda confirmado con las reticencias de los estudiantes de postgrado.

Algunas investigaciones se han centrado en experiencias reales de contenidos intercambiados en *Facebook* (Martínez *et al.*, 2011). En ese caso, se preparó una antología poética de la Generación del 27 con un grupo de alumnos de 4º de ESO, se creó un grupo en *Facebook* y cada alumno dio vida a un escritor, simulando cómo se relacionarían los miembros de ese grupo si vivieran en la época actual y trabajaran colaborativamente para seleccionar, comentar y editar sus propios poemas. Otros estudios (Maggiolini, 2013) se sumergen en la búsqueda de estrategias de motivación mediante *Facebook* y la telefonía móvil en el aula. Se observa también que los futuros maestros reconocen el gran valor educativo de las redes sociales, que favorecen la comunicación, incrementan la socialización y el intercambio de información. Esos maestros en ciernes manifiestan su intención de integrar las redes sociales en su futuro desempeño profesional para divulgar actividades y eventos del aula o centro, para organizar y gestionar y para agilizar la comunicación entre alumnos y profesores (Del Moral Pérez y Villalustre Martínez, 2012).

Otra comparativa se puede establecer entre la cantidad de estudiantes que utilizan *Facebook* como ayudante estudiantil y la cantidad de los que asisten a clase. Curiosamente (Túñez López y Sixto García, 2012), el número de estudiantes que voluntariamente utiliza la red social como apoyo al estudio supera a la cifra de estudiantes que asiste a clase. Es una conclusión hiriente para la presencialidad y el modelo tradicional de la universidad. En esa línea de asociación de uso de redes sociales y rendimiento académico y productividad, se observa una relación negativa entre la cantidad de tiempo estudiantil dedicado a *Facebook* y el desempeño académico (Kirschner y Karpinski, 2010; Paul, Baker y Cochran, 2012). Así, existe una correlación negativa entre las horas destinadas a *Facebook* y la calificación media: a más horas en la red social, menos nota final. Pese a que los usuarios de *Facebook* destinaban una cantidad menor de horas al estudio que los no usuarios, ambos percibían haber dedicado una cantidad de horas similar a la red (Kirschner y Karpinski, 2010). A pesar de ello, la mayoría de estudiantes negaba la relación entre resultados académicos y cantidad de horas dedicadas a *Facebook*.

Si la convivencia entre el uso de *Facebook* y el rendimiento académico da lugar a discrepancias, la disonancia se agudiza a la hora de promover que el profesorado y las instituciones académicas apuesten por el uso de la red en el aula. Pese a que los estudiantes se sienten capaces de usar *Facebook* con objetivo

académico, luego no desean materializarlo (Paul, Baker y Cochran, 2012) y en muchas ocasiones no se muestran favorables a acatar el uso de las redes sociales en educación formal (Baran, 2010). Existe, pues, una corriente de autores que sostienen la inexistencia de argumentos científicos para introducir *Facebook* en instituciones académicas con relación al estudiante, e incluso disuaden sobre investigar sobre la materia, pese a la pujanza de fenómeno de los medios sociales. El uso institucional es más epidérmico: creación de páginas en *Facebook*, conexión de alumni e incluso suministro de contenido académico (Paul, Baker y Cochran, 2012; Roblyer *et al.*, 2010). Para Álvarez-Flores y Núñez Gómez (2013), los estudiantes son conscientes del potencial del entorno virtual para facilitar la adquisición de conocimientos y satisfacer una parte de sus intereses académicos, y se acepta *Facebook* de forma mayoritaria como apoyo en el aula, aunque se establecen objeciones como la privacidad, el desconocimiento, la poca fiabilidad o la asociación a ocio. Las estrategias de los profesores deben motivar a los estudiantes e implicarlos emocionalmente hasta que conciban el uso de *Facebook* como una práctica normal.

Las ventajas de *Facebook* (y también de *Twitter*) en el ámbito académico son diversas, y se centran en la mejora en la comunicación, la rapidez y en el aprendizaje colaborativo, el que aumenta la motivación hacia los objetivos y contenidos, favorece una mayor retención de lo aprendido, promueve el pensamiento crítico y reduce la ansiedad (Martín-Moreno, 2004) en los procesos de resolución de problemas (Fondevila Gascón *et al.*, 2013). *Facebook* también promueve la comunicación entre profesor y estudiante e internamente entre la propia comunidad estudiantil y el trabajo colaborativo académico (López Aguirre y Mata Sánchez, 2012); el aprendizaje deviene activo (Wang *et al.*, 2012), así como el profesor, cuya credibilidad aumenta (Roblyer *et al.*, 2010); se facilita el acceso a la información, se permite la publicación y distribución de contenidos audiovisuales (López Aguirre y Mata Sánchez, 2012) y el rediseño del aula (Dural Gazulla, 2010); se observa *Facebook* como plataforma aliada (Agrupino Alencar, Rebouças Moura y Barbosa Bitencourt, 2013) y espacio de aprendizaje cooperativo (De Azevedo Basso *et al.*, 2013); y la divulgación del conocimiento se colectiviza (López Aguirre y Mata Sánchez, 2012).

En contraposición, la credibilidad del profesor puede caer en caso de un uso inadecuado de *Facebook* en su relación con el estudiante (Roblyer *et al.*, 2010), cuya privacidad quedaría en el aire (Wang *et al.*, 2012); se observan dificultades en el uso de documentos en según qué formatos informáticos (Túñez López y Sixto García, 2012; Wang *et al.*, 2012); y se detecta la complejidad de monitorizar de forma personalizada la actividad (Túñez López y Sixto García, 2012). Contra estas percepciones algunas investigaciones reflejan la utilidad del videojuego a la hora de motivar al alumnado (Revuelta Domínguez, Valverde Berrocoso y Esnaola Horacek, 2013).

Por tanto, socializar el aprendizaje en una red social permite convivir con el creciente uso de dispositivos tecnológicos en el aula, como ordenadores portátiles, tabletas o smartphones. Como este fenómeno es ascendente y el control sobre los contenidos consultados muy complejo (sobre todo en asignaturas presenciales con gran cantidad de alumnos), el factor de socialización de *Facebook* y otras redes sociales aporta un valor añadido de compromiso por parte de todos los actores involucrados en la tarea académica, lo que facilita una mejor comprensión mutua y una mayor eficacia en la actividad del día a día.

A la hora de implementar redes sociales en el contexto educativo, los profesores deberían tener en cuenta lo siguiente (Túñez López y Sixto García, 2012): las redes sociales son eminentemente sociales y están dedicadas a la creación de relaciones personales; las redes sociales no nacieron como plataformas pedagógicas; *Facebook* no es una clase, sino una ayuda a la clase; las redes sociales no pueden ser usadas para evaluar ni para monitorizar, pues solo puede controlarse la participación activa; acceder a las redes sociales requiere de un comportamiento proactivo por parte de los estudiantes; las redes sociales están orientadas a la conversación, no al discurso unidireccional; el uso de redes sociales en el ámbito

educativo requiere de trabajo extra por parte tanto del profesorado como del alumnado. El profesor ejerce un rol distinto al clásico, participa en la creación de conocimiento junto con el estudiante, dejando de ser el centro del conocimiento para pasar a ser un guía en el proceso de aprendizaje y de construcción de conocimiento (García Sans, 2008).

2. Metodología

La investigación llevada a cabo es cuantitativa, aunque en los resultados que se obtienen existe un claro componente cualitativo. El objetivo es conocer el uso que los estudiantes hacen de *Facebook* de forma relacionada con el trabajo y el aprendizaje en la universidad, y si consideran que el profesorado debe sumarse a esa opción tecnológica. Las hipótesis son las siguientes: H1. El estudiante universitario español utiliza *Facebook* con fines académicos; H2. El estudiante universitario español considera que el profesorado debe introducir *Facebook* en el aula.

En la investigación específica sobre *Facebook* se llevó a cabo en el curso 2014-15 una encuesta (n=600) mediante cuestionario con preguntas abiertas y cerradas (dicotómicas y de respuesta múltiple), a estudiantes universitarios (Universitat de Girona) (n=300) y Universidad de Navarra (n=300). La modalidad fue presencial y personal (entrega por escrito en diversas aulas). Los cuestionarios se suministraron a estudiantes, y para futuras investigaciones se ampliarán a profesores.

La ventaja del cuestionario es que homogeniza la información, gracias al hecho de que todos los sujetos encuestados responden a preguntas estandarizadas. Ello facilita un tratamiento de la información más ágil. Para diseñar el cuestionario se tuvieron en cuenta los objetivos del estudio (el uso de *Facebook* y el grado de aceptación por parte de los estudiantes de su uso por parte del profesorado), las características de la población objeto de estudio (estudiantes de 1º a 4º de la Escola Universitària Mediterrani, centro adscrito a la Universitat de Girona, y de la Universidad de Navarra), el procedimiento de obtención de la información (preguntas sencillas), el contenido, la redacción, la organización, el formato y diseño de las preguntas, un guión inicial y las técnicas de análisis de la información. Se llevó a cabo el correspondiente tratamiento estadístico y el análisis interpretativo, de carácter cualitativo.

3. Resultados

En primer lugar, todos los miembros de la muestra reconocieron disponer de cuenta activa de *Facebook*, reflejo de la incidencia de esta red social en el entorno estudiantil. El 53% de los estudiantes utilizaban *Facebook* para obtener rendimiento en el estudio. *Facebook* era la red social más utilizada entre los encuestados, por delante de Twitter (28%), y con el resto de redes a mucha distancia (*LinkedIn*, *Xing* o *Flickr*). Como fuente de información académica, el 57,97% de los estudiantes reconocía la utilidad de *Facebook* (Tabla 1). Más allá de los intercambios de posts de carácter de ocio, se observa que la red social puede ser considerada como herramienta de información para determinadas materias.

Ante el estrecho porcentaje de diferencia entre los que obtienen rendimiento y los que consiguen información, en futuras investigaciones habrá que establecer unos indicadores de rendimiento, que por lógica son más plurales que la información. Se infiere que para los estudiantes conseguir rendimiento supone un plus sobre la consecución de información.

Tabla 1. Facebook como fuente de búsqueda de información

Busca información	Porcentaje
Sí	57,97%
No	42,03%

Como razones generales del uso de Facebook, los estudiantes polarizaban sus objetivos (Tabla 2). El mayoritario es la comunicación, que se ubica en la base del fenómeno de medios sociales y, sobre todo, de redes sociales. También por encima del 90% de adeptos se menciona a la red social como fuente de información y de curiosidad. Finalmente, *last but not least*, un grupo de encuestados remarca que utiliza Facebook para denunciar un posible mal uso. Pese al relativamente carácter incipiente del fenómeno de medios sociales, puede llegar a ser sorprendente esa toma de conciencia de los usuarios juveniles, una especie de homeostasis virtual cuyos efectos habrá que seguir.

Tabla 2. Razones de uso de Facebook

Objetivo	Porcentaje
Para comunicarse	98,64%
Para informarse	93,34%
Por curiosidad	92,64%
Para denunciar mal uso	10,76%

De la cifra de los que obtenían rendimiento, el 85% formaba parte de como mínimo un grupo de Facebook. Los estudiantes matizaban que esa pertenencia a grupos se relacionaba con la actividad académica, lo que suponía para ellos una serie de ventajas (Tabla 3), como compartir contenidos relacionados con la asignatura o sus prácticas y ejercicios de clase, informarse sobre plazos, colaborar en los trabajos en grupo o aprender. Al tratarse de una pregunta abierta, aparecen diversas cuestiones.

Podemos englobar las ventajas en dos grandes bloques: académicas y operativas. Las ventajas académicas son aquellas vinculadas a la creación, el comentario o la compartición de contenidos de las asignaturas (compartir información relacionada, aprender o distribuir enlaces de interés). Las ventajas operativas se vinculan al día a día organizativo de las asignaturas. Observamos que son diversas las opciones manifestadas por los estudiantes, como informarse sobre plazos diversos (se entiende que entregas de prácticas o ejercicios, lecturas, exámenes), colaborar en los trabajos en grupo (la renovación de fórmulas evaluativas confiere un peso creciente al trabajo colaborativo, y las redes sociales y los grupos creados en ellas son una fórmula adecuada para desarrollarlo), la respuesta a encuestas (mecanismo que habitualmente requiere la propuesta del profesor, *top down*, aunque se podría plantear *bottom up* o de forma horizontal) y el intercambio de contenidos con el profesorado.

Tabla 3. Ventajas e inconvenientes del uso de Facebook en el aula universitaria

Ventajas del uso de Facebook	Inconvenientes del uso de Facebook
<ul style="list-style-type: none"> • Compartir información relacionada. • Informarse sobre <i>deadlines</i>. • Colaborar en los trabajos en grupo. • Aprender. • Distribuir enlaces de interés. • Responder encuestas. • Intercambiar contenidos con el profesorado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Es plataforma de uso privado. • Es una red informal. • El uso puede resultar intrusivo.

El hecho de introducir *Facebook* en el aula alumbró la necesidad de proponer ajustes metodológicos o innovaciones para optimizar el resultado del esfuerzo. Así, focalizar la temática, los objetivos de aprendizaje, adaptar los contenidos a la red social y controlar el contexto de aplicación de la actividad de aprendizaje se erigen en herramientas esenciales. De forma más operativa, hay que determinar las normas para la apertura del espacio en la red social, para proporcionar acceso a los estudiantes, para resolver incidencias en el alta de usuarios, para crear mensajes introductorios, para explicar las pautas y las instrucciones de la actividad, para organizar el contenido y para definir los tipos de intervención en la red social.

Las implicaciones en cuanto a criterios de evaluación son diversas. Se puede plantear si la red social permite la dinámica de intervenciones prevista, la interactividad entre estudiantes, la interactividad estudiante-profesor, la toma de conciencia de los alumnos sobre las posibilidades del uso de las redes sociales en su tarea profesional ulterior, la posibilidad de análisis de las propuestas de los compañeros, el favorecimiento del aprendizaje más significativo o el alta en las redes sociales implicadas y su conocimiento desde dentro.

Cuando se planteó la valoración del uso de *Facebook* en el aula con fines académicos (Tabla 4) mediante un escala de Likert (1 a 5), la respuesta fue mayoritariamente positiva. El 39,72% de la muestra concedió una calificación buena o muy buena; el 38,36%, regular; y el 21,92%, mala o muy mala. Por ende, pese a que los registros positivos son mejorables, establecen una tendencia que probablemente potenciarán o mitigarán las estrategias del profesorado para obtener provecho de la red social.

Tabla 4. Valoración del uso de *Facebook* en clase con fines académicos

Calificación	<i>Facebook</i>
Muy mala	15,07%
Mala	6,85%
Regular	38,36%
Buena	31,50%
Muy buena	8,22%

La asociación de *Facebook* con el aprendizaje deja en evidencia a los autores que aconsejaban olvidar a las redes sociales como objeto de estudio científico. El futuro de estas redes es imprevisible, e incluso se ha llegado a anunciar la desaparición de *Facebook* a medio plazo, pero como realidad coetánea es preciso su estudio. Hay que tener en cuenta que cuatro de cada cinco estudiantes utilizan *Facebook* para compartir con sus amistades enlaces a contenido en línea vinculado con la universidad o los estudios que se lleven a cabo, no necesariamente de la propia Facultad o universidad.

La implicación con las peticiones suministradas en la red queda de manifiesto cuando se observa que el 79% de los estudiantes reconocía haber contestado al menos una vez a una encuesta de carácter académico distribuida por *Facebook* por alguna de sus amistades. De forma más activa, el 56% de estudiantes había distribuido como mínimo una vez una encuesta vinculada con su propia actividad académica por *Facebook* con el fin de que fuera contestada por sus contactos en esta red social.

Hay que establecer un matiz a esa plétora de respuestas en clave positiva hacia *Facebook*, y es que no únicamente los estudiantes que usaban *Facebook* con fines académicos respondieron afirmativamente al resto de cuestiones. Podemos interpretar esa circunstancia por el hecho de que la pregunta sobre si usaban la red social era la primera, por lo que parte de la muestra probablemente no era consciente en ese momento de usar *Facebook* para otras actividades más allá de las propias de ocio y sociales en una versión semántica del concepto. A lo largo de la encuesta parte de los estudiantes adquirió conciencia del uso de

Facebook con finalidades educativas. La asociación entre tecnología y educación, entre redes sociales y educación, asume en ese punto un rol preferente.

Por tanto, pese a que una mayoritaria aunque moderada cifra de la muestra afirmó usar *Facebook* para cuestiones relacionadas con sus estudios, el 66% del total de la muestra acostumbraba a compartir enlaces a contenido en línea vinculado con la universidad o sus estudios a través de *Facebook*. En síntesis, podemos confirmar H1 (el estudiante universitario español utiliza *Facebook* con fines académicos), aunque esa hipótesis pueda no seguir la intuición a priori.

El segundo epicentro de análisis se centra en la adopción por parte del profesorado de *Facebook* como eje docente. En este sentido, el 76% de los estudiantes encuestados no manifestaron objeción alguna a que los profesores utilicen las redes sociales como vía de comunicación con los estudiantes y como herramienta de apoyo al aprendizaje. En cambio, un 24% de estudiantes no veía con agrado el uso de *Facebook* por parte de los profesores. En referencia a la posible necesidad de formar parte de un grupo de *Facebook* para poder estudiar con corrección una asignatura, el 17% reconoció que no le gustaría, pero al 83% no le importaría.

Los detractores del uso de *Facebook* por parte de los profesores en el contexto universitario argumentaban que es una plataforma para uso privado (39%), que el uso de estas redes sociales es informal, lo que contrasta con la formalidad académica (29%), y que el uso de *Facebook* por parte de los profesores con el fin de comunicarse con los alumnos es intrusivo en términos de privacidad (18%).

En cuanto a las tareas que un profesor podría llevar a cabo en *Facebook*, el 63% de los estudiantes las asocian a dar avisos y tareas adicionales o ejercicios, el 37% a impulsar el debate sobre cuestiones específicas de la asignatura y el 30% a proporcionar contenido adicional no obligatorio. Observamos, pues, una asociación a debate y divulgación complementaria, y no tanto a una participación obligatoria. La red social o herramienta más adecuada como herramienta de comunicación entre profesor y alumno es *Facebook* (53% de los estudiantes), seguida por *WhatsApp* (37%), *LinkedIn* (30%), *Twitter* (17%) y *YouTube* (10%). Se confirma que redes sociales, blogs, wikis, podcasts y todo tipo de recursos educativos son de utilidad en el entorno académico (Gómez Nieto y Tapia Frade, 2011). Por tanto, validamos H2 (el estudiante universitario español considera que el profesorado debe introducir *Facebook* en el aula).

Los resultados muestran que los estudiantes integran *Facebook* y otras redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea en sus vidas, en sentido amplio y también como estudiantes. Se puede interpretar que los estudiantes no son del todo conscientes del hecho de que usan *Facebook* para mucho más que meramente socializar y, específicamente, para estudiar y llevar a cabo trabajos encomendados por sus profesores de la universidad.

Por lo que respecta a redes sociales y aplicaciones de mensajería instantánea distintas de *Facebook*, los estudiantes también las usaban para temas relacionados con sus estudios, aunque en distintos grados. La Figura 1 muestra el porcentaje sobre el total de la muestra que afirma usar cada una de ellas en este ámbito. *WhatsApp* es la plataforma más popular en este contexto. *YouTube* y *LinkedIn* ocupan el segundo y tercer lugar en ese ranking, respectivamente.

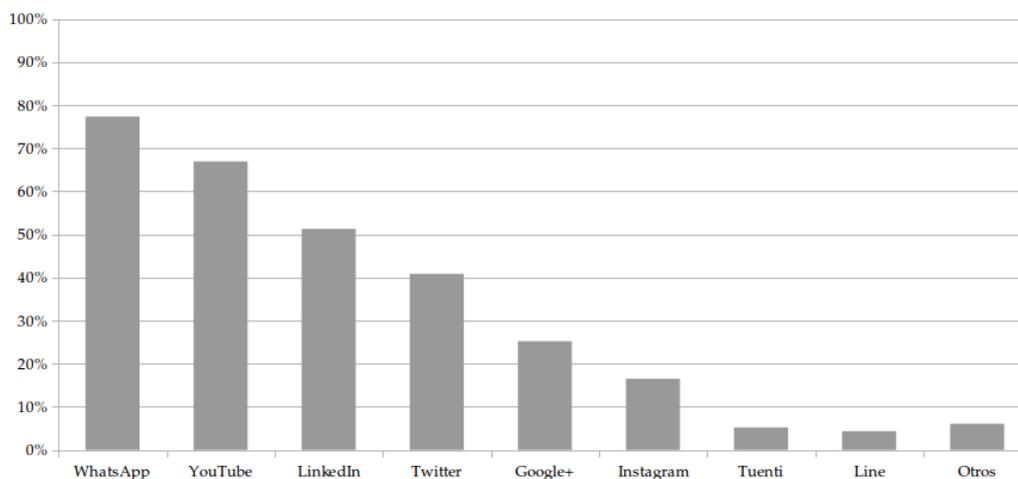


Figura 1. Porcentaje del total de la muestra que usa cada una de las redes sociales o aplicaciones de mensajería instantánea referidas para temas relacionados con sus estudios.

Con respecto a este último punto, se detectan algunas diferencias entre hombres y mujeres, como se muestra en la Figura 2. En general, las mujeres hacen más uso de este tipo de plataformas en relación con sus estudios que los hombres. Sin embargo, el orden de más a menos usada no cambia con respecto al mostrado en la Figura 1: *WhatsApp* y *YouTube* son las plataformas más populares en este contexto. Sin embargo, no es el objetivo de esta investigación estudiar las diferencias entre hombres y mujeres.

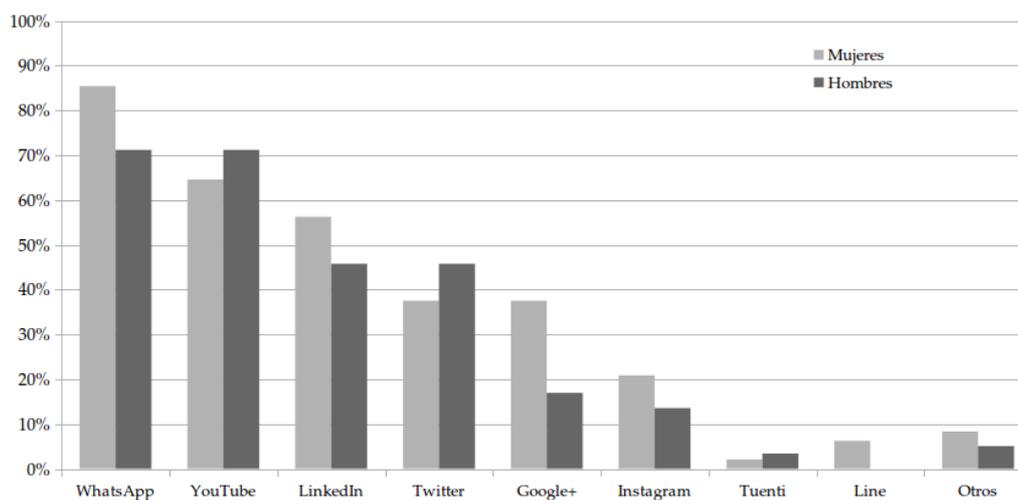


Figura 2. Porcentaje de hombres y mujeres en la muestra que usa cada una de las redes sociales o aplicaciones de mensajería instantánea referidas para temas relacionados con sus estudios.

El factor de conectividad constante y de cierta presión se refuerza con el uso de terminales en movilidad. Así, se preguntó a los estudiantes con qué frecuencia usaban sus teléfonos inteligentes o smartphones para consultar los horarios o la intranet de la universidad. Más del 77% utilizaban sus teléfonos para realizar esas consultas al menos una vez al día (el 34% del total de la muestra lo hacía más de tres veces al día). Tan sólo el 17% no usaba su teléfono para realizar este tipo de consultas, sino que

preferían hacerlo por ordenador. Aplicaciones de *Facebook* como *Messenger* podrían actuar como sustitutas de esas fórmulas.

4. Conclusiones

Facebook es una red social que, siguiendo la percepción del estudiante, debe introducirse como herramienta en la universidad española. Pese a que las redes sociales no nacieron como plataformas pedagógicas y su rol sea complementario y no angular, observamos que pueden ayudar a la clase si se acompañan de una postura activa y conversacional, de intercambio de trabajos, información relacionada, control sobre plazos de entregas, distribución de enlaces de interés, respuesta de encuestas, intercambio de contenidos con el profesorado y, al fin y al cabo, aprendizaje, que no implica necesariamente evaluación, pero sí evolución de la participación y del compromiso del alumnado.

Es curioso que la asimilación del uso y la convivencia con las redes sociales es tan acentuado en el caso de los estudiantes universitarios que algunos no son del todo conscientes del uso académico que hacen de *Facebook*. En el uso para cuestiones relacionadas con los estudios universitarios, como miembros de grupos de *Facebook* con fines estudiantiles o como fuente de envío y respuesta de encuestas la red social actúa *in crescendo* como eje de actuación académica.

Las redes sociales y las aplicaciones de mensajería instantánea se han convertido en fundamentales en las vidas de la mayoría de jóvenes, que usan este tipo de plataformas en los más diversos contextos y situaciones. Uno de esos contextos es el universitario. De hecho, los estudiantes universitarios parecen haber asimilado hasta tal punto el uso de estas plataformas en su vida diaria que ni siquiera son conscientes de hasta qué punto las usan, ya que si bien el 53% de los encuestados reconoció usar *Facebook* para cuestiones relacionadas con sus estudios universitarios, el 70% era parte de al menos un grupo de *Facebook* creado con fines estudiantiles y el 65% había lanzado al menos en una ocasión una encuesta relacionada con su trabajo de clase para que sus contactos la respondieran.

Por ende, los estudiantes usan las redes sociales para sus estudios, independientemente de que los profesores se lo soliciten o no. Es decir, los estudiantes usan las redes sociales no sólo para socializar, sino también para hacer trabajos de clase, organizar grupos de estudio o compartir enlaces a contenido online relacionado con sus estudios.

Facebook, las redes sociales en general y las aplicaciones de mensajería instantánea presentan numerosas ventajas en términos de inmediatez, facilidad de la comunicación y accesibilidad, características éstas que las convierten en herramientas sumamente recomendables para que los profesores universitarios puedan fomentar la comunicación con sus estudiantes y motivar el aprendizaje usando formatos y formas de hacer contemporáneas. No obstante, ha de tenerse en cuenta que el uso de estas herramientas no será aceptado por la totalidad de los estudiantes, pues algunos consideran que se trata de plataformas para uso exclusivamente privado y social. Ello impele a contar con la connivencia del alumnado antes de imponer su uso, y a pactar claramente cuál será el uso concreto que se haga de *Facebook* (comunicación de avisos, organizador de tareas, plataforma de debate o de divulgación de contenidos adicionales obligatorios o voluntarios).

Así pues, los estudiantes utilizan *Facebook* para el estudio, más allá de si existe un requerimiento específico del profesorado, y están mayoritariamente de acuerdo con que el profesorado se incorpore a esa dinámica. Factores como la inmediatez (el *always on*), la facilidad de comunicación, la accesibilidad, la proximidad o la ubicuidad convierten a *Facebook* en una herramienta recomendable para estudiantes y profesores universitarios. El mayor *engagement* entre ambos actores fomenta la comunicación y motiva el

aprendizaje, aunque una porción de estudiantes se muestra reacia a esas soluciones atendiendo a su carácter privado y social.

De cara a futuras investigaciones, habría que plantearse la opinión del profesorado y las instituciones académicas, ya que se podrían hallar sinergias o encontronazos a analizar, también según niveles educativos, para tratar de determinar posibles divergencias. Por ejemplo, el uso de redes sociales puede diferir entre Grado y Postgrado, ya que en esta última fase la predisposición al aprendizaje es más intensa y normalmente aplicada al ámbito profesional. Cada actor puede sugerir un tipo de uso y actitud con relación a *Facebook* y, por extensión, a otras redes sociales o incluso medios sociales (blogs y webs). Hay que dedicar especial atención a *Google+*, red social surgida con el fin de ensombrecer o incluso desbancar a *Facebook*, y que cuenta con herramientas similares, como los grupos. La aplicación de *Facebook* en una asignatura o en una materia, tanto de Grado como de Postgrado, podría ayudar a controlar tipos de uso y posibles influencias del factor edad o incluso del de género.

También se puede plantear un experimento en el que se aplique el uso de alguna red social o aplicación de mensajería instantánea como herramienta de apoyo en una asignatura y entrevistar después a los estudiantes y profesores implicados en dicho experimento. Detectar diferencias entre diferentes segmentos de estudiantes (mujeres y hombres, estudiantes de primero y estudiantes de último año, europeos y no europeos, y más combinaciones) puede aportar nuevas perspectivas.

Las redes sociales, aunque plantean algunos riesgos, ofrecen también numerosas ventajas y oportunidades para profesores y centros académicos. En este sentido, hay que replantearse ciertas acciones llevadas a cabo por universidades e instituciones de educación superior, como por ejemplo prohibir a los estudiantes utilizar *Facebook* y otras redes sociales en sus instalaciones. En cambio, y teniendo en cuenta que estas plataformas obtienen nuevos adeptos, las instituciones académicas deberían tratar de integrarlas en su día a día como medio de comunicación y de capitalizar sus potenciales beneficios (que no son pocos), aunque ello implique un esfuerzo extra para los integrantes del entorno universitario.

Por último, el profesor debe asumir que su rol se ha enriquecido, más que analizar esta situación desde una perspectiva de pérdida de su centralidad en el aprendizaje. Su nuevo rol de guía no supone un abandono del clásico como fuente de conocimientos, sino que debe, en función de las circunstancias, adoptar el rol que sea necesario en cada momento aprovechando las redes sociales. Sólo así se podrá seguir avanzando en la mejora de la calidad de la enseñanza en las nuevas generaciones.

5. Referencias

- Agripino Alencar, G., Rebouças Moura, M., Barbosa Bitencourt, R. (2013). Facebook como Plataforma de Ensino/Aprendizagem: o que dizem os Professores e Alunos do IF Sertão – PE. *Educação, Formação & Tecnologias*, 6(1), 86-93.
- Álvarez-Flores, E. P. & Núñez Gómez, P. (2013). Uso de redes sociales como elemento de interacción y construcción de contenidos en el aula: cultura participativa a través de Facebook. *Historia y comunicación social*, 18, Extra 2, 53-62.
- Baran, B. (2010). Facebook as a formal instructional environment. *British Journal of Educational Technology* 41(6), 46-49.
- Cheung, C. M. K., Chiu, P.-Y. & Lee, K. O. (2011). Online social networks: Why do students use Facebook? *Computers in Human Behavior*, 27, 1337-1343.
- Del Moral Pérez, M. E. & Villalustre Martínez, L. (2012). Presencia de los futuros maestros en las redes sociales y perspectivas de uso educativo. *RELATEC: Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 11(1), 41-51.
- Dural Gazulla, E. (2010). Rediseñar el aula a través de Facebook. *Comunicación y pedagogía: Nuevas tecnologías y recursos didácticos*, 242-243, 29-35.
- Fondevila Gascón, J. F. (2013). Periodismo ciudadano y cloud journalism: un flujo necesario en la Sociedad de la Banda Ancha. *Comunicación y Hombre*, 9, 25-41.

- Fondevila Gascón, J. F., Oporto Alonso, M., Feliu Roé, L., Del Olmo Arriaga, J. L., Carreras Alcalde, M. & Pesqueira Zamora, M. J. (2013). *Social networks and learning: new challenges, new opportunities. Facebook and Twitter in the classroom*. 6º Congreso Internacional de Aprendizaje y Cibersociedad (CG Publisher, Common Ground). Madrid (UNED).
- García Sans, A. (2008). Las Redes Sociales como Herramienta de Aprendizaje Colaborativo: Una Experiencia con Facebook. *RE-Presentaciones Periodismo, Comunicación y Sociedad*, 2(5), 49-63.
- Gómez Nieto, B. & Tapia Frade, A. (2011). Facebook y Tuenti: de plataforma de ocio a herramienta e-learning. El caso de la UEMC y la UFV. *Prisma Social*, 6.
- Kabilan, M. K., Ahmad, N. & Abidin, M. J. Z. (2010). Facebook: An online environment for learning of English in institutions of higher education? *Internet and Higher Education*, 13, 179-187.
- Kirschner, P. A. & Karpinski, A. C. (2010). Facebook and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 26, 1237-1245.
- De Azevedo Basso, M. V.; Silva de Bona, A.; Pescador, C. M.; Koehler, C. & Da Cruz Fagundes, L. (2013). Redes sociais: espaço de aprendizagem digital cooperativo. *Conjectura: filosofia e educação*, 18(1), 135-149.
- López Aguirre, J. L. & Mata Sánchez, G. (2012). Red social online como entorno virtual de aprendizaje. *Hospitalidad ESDAI* (julio-diciembre), 95-113.
- Maggiolini, L. (2013). Estrategias de Motivación en una Era Digital: Teléfonos móviles y Facebook en el aula. *Digital Education Review*, 24, 83-97.
- Martín-Moreno Cerrillo, Q. (2004). Aprendizaje colaborativo y redes de conocimiento. *Libro de actas de de las IX Jornadas Andaluzas de Organización y dirección de Instituciones educativas*. Granada, 15-17 de diciembre de 2004. Grupo editorial universitario, pp. 55-70.
- Martínez, S., Calvet, C., Regot, M. & González, M. (2011). La generación del 27 en Facebook. En *Experiencias educativas en las aulas del siglo XXI: innovación con TIC* (coords.: José Hernández Ortega, Massimo Pennesi, Diego Sobrino López, Azucena Vázquez Gutiérrez). Barcelona: Ariel.
- Paul, J. A., Baker, H. M. & Cochran, J. D. (2012). Effect of online social networking on student academic performance. *Computers in Human Behavior*, 28, 2117-2127.
- Revuelta Domínguez, F. I., Valverde Berrocoso, J. & Esnaola Horacek, G. A. (2013). Edutainment en modelos 1 a 1.: Una propuesta con videojuegos en redes sociales. *Fuentes: Revista de la Facultad de Ciencias de la Educación*, 13, 139-154.
- Roblyer, M. D., McDaniel, M., Webb, M., Herman, J. & Witty, J. V. (2010). Findings on Facebook in higher education: A comparison of college faculty and student uses and perceptions of social networking sites. *Internet and Higher Education*, 13, 134-140.
- Túñez López, M. & Sixto García, J. (2012). Las redes sociales como entorno docente: Análisis del uso de Facebook en la docencia universitaria. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 41, 77-92.
- Wang, Q., Woo, H. L., Quek, C. L., Yang, Y. & Liu, M. (2012). Using the Facebook group as a learning management system: An exploratory study. *British Journal of Educational Technology*, 43(3), 428-438.

