

## ***Lo ponemos en el Tuenti. Comunicación y Educación Superior***

### ***We put it in Tuenti. Communication and Higher Education***

**M. Lourdes Hernández Rincón**

Universidad de Extremadura  
lhernandez@unex.es

**Rocío Yuste Tosina**

Universidad de Extremadura  
rocioyuste@unex.es

**Prudencia Gutiérrez Esteban**

Universidad de Extremadura  
pruden@unex.es

Recibido el 10 de noviembre 2011

Aprobado el 22 de marzo de 2012

**Resumen:** La implantación de los nuevos títulos en el EEES ha fomentado el uso de metodologías docentes innovadoras a través de las TIC en la Enseñanza Superior, ofreciendo múltiples posibilidades didácticas y comunicativas. La propuesta de este trabajo es analizar el uso que una muestra de estudiantes de Grado de la Universidad de Extremadura hace de las Redes Sociales en relación con su vida académica y personal. Los datos, que reflejan un alto porcentaje de alumnado que utiliza *Facebook* y *Tuenti* pero que desconoce las Redes Sociales de tipo profesional, son analizados y comparados con las conclusiones obtenidas en un estudio más amplio sobre Redes Sociales publicado recientemente en nuestro país.

**Palabras Clave:** Formación del profesorado; Competencias básicas; Competencia digital; Redes Sociales.

**Abstract:** The European Higher Education Reform, concerning the Bologna Process, has encouraged the use of innovative teaching methodology by means of ICT on University lessons, as these provide teachers with plenty of communicative and didactical possibilities. The aim of this paper is to analyze the use that a sample of undergraduate students on Education makes of Social Networks in both their academic and private activities. Data show that most of them use *Facebook* and *Tuenti*, but know very little about those social networks specifically related to professional development.

Our results are analyzed and compared to conclusions from a deeper analysis on Social Networks recently published in Spain.

**Keywords:** Pre-service teacher training; Key competences; Digital competence; Social networks.

## E-learning en la educación superior

Para explicar qué entendemos por e-learning, partimos de la definición aportada por ROSERBERG (2001: 28-29), citado por RUBIO (2003), quien entiende el término de *e-learning* como *el uso de tecnologías de Internet para la entrega de un amplio rango de soluciones que mejoran el conocimiento y el rendimiento*. Esta definición está basada en tres criterios fundamentales:

- El *e-learning* trabaja en red, lo que lo hace capaz de ser instantáneamente actualizado, almacenado, recuperado, distribuido y permite compartir instrucción y/o información.
- Es entregado al usuario final a través del uso de ordenadores utilizando tecnología estándar de Internet.
- Se enfoca en la visión más amplia del aprendizaje que va más allá de los paradigmas tradicionales de capacitación.

GARRISON Y ANDERSON (2005) consideran que la influencia de Internet en las instituciones educativas tradicionales apenas ha supuesto *poco más que una cierta mejora de las prácticas habituales*, si bien otros autores como ECHEVERRÍA (2001), CABERO (2006) o MARQUÉS (2008) definen el impacto que Internet ha provocado en el mundo de la formación del siguiente modo:

- Importancia creciente de la educación informal de las personas.
- Mayor transparencia, que conlleva una mayor calidad en los servicios que ofrecen los centros docentes.
- Se necesitan nuevos conocimientos y competencias, relacionadas con la búsqueda y selección de información, el análisis crítico y la resolución de problemas, la elaboración personal de conocimientos funcionales, la argumentación de las propias opiniones y la negociación de significados, el equilibrio afectivo y el talante constructivo, el trabajo en equipo, los idiomas, la capacidad de autoaprendizaje y adaptación al cambio, la actitud creativa e innovadora, la iniciativa y la perseverancia...
- Eliminación de las barreras espacio-temporales entre el profesorado y el alumnado.
- Labor compensatoria frente a la "brecha digital". Las instituciones educativas pueden contribuir con sus instalaciones y sus acciones educativas (cursos, talleres...) a acercar las TIC a colectivos que de otra forma podrían quedar marginados.
- Necesidad de una formación didáctico-tecnológica del profesorado.
- Nuevos entornos virtuales (en línea) de aprendizaje (EVA) y creciente oferta de formación permanente.

- Demanda de un nuevo sistema educativo (una política tele-educativa) con:
  - Incremento de las modalidades comunicativas.
  - Potenciación de los escenarios y entornos interactivos.
  - Favorecer tanto el aprendizaje independiente y el autoaprendizaje como el colaborativo y en grupo.
  - Romper los clásicos escenarios formativos, limitados a las instituciones escolares.
  - Ofrecer nuevas posibilidades para la orientación y la tutorización de los estudiantes.

Concretamente, según RUIPÉREZ (2009) las tendencias futuras en el *e-learning* de las universidades españolas pueden ser las siguientes:

- El *e-learning* universitario español se encuentra en una fase de consolidación metodológica, donde los mayores esfuerzos de los próximos años tenderán a la universalización de estos servicios a toda la comunidad universitaria.
- El importante apoyo institucional en España al software libre potenciará una mayor expansión de las LMS gratuitas, como Moodle.
- El proyecto de creación de un Campus Europeo Único que supondrá unos cambios organizativos importantes dentro de la estrategia tecnológica, pues el *e-learning* facilitará la ansiada movilidad de alumnado y profesorado, compartiendo campus virtuales comunes.
- Por último cabe destacar también que el *e-learning* universitario español deberá afrontar, en los próximos años, importantes retos, que recogemos a continuación:
  - Desarrollo y reconocimiento de la enorme inversión de tiempo y energía que supone al profesorado universitario el ofrecer servicios de *e-learning*, generalmente a alumnado presencial.
  - Incorporación de servicios avanzados basados en la telefonía móvil, aprovechando el uso intensivo que hacen de los teléfonos móviles, a estudiantes que se van incorporando actualmente a la universidad.
  - Clarificación del marco jurídico donde se desenvuelve el *e-learning*, especialmente en lo referente al tema de derechos de autor de los materiales didácticos.

A estos retos sumamos, además, un cambio necesario en las metodologías docentes y en la formación previa del alumnado universitario, desarrollando una evaluación que esté acorde con el tiempo y el espacio en el que se desarrolla la formación, sobre todo si estamos hablando de entornos completamente virtuales. Por último compartimos con RUBIA (2010) la necesidad de crear en todas las universidades un Centro Integral de Apoyo a la Docencia.

## Herramientas TIC y el EEES

Las universidades españolas han hecho en las últimas décadas un gran esfuerzo por incorporarse a la *era digital* (SANCHO, 2010) a nivel económico, organizativo, docente e investigador. Este hecho, junto con la implementación del EEES, ha traído consigo una modificación en las metodologías, las herramientas y usos de las TIC en la enseñanza universitaria (DE PABLOS, 2010). La implantación de los nuevos títulos en el EEES ha fomentado el uso de metodologías docentes innovadoras a través de las TIC en la Enseñanza Superior. Muchas son las posibilidades didácticas y comunicativas que nos brindan, facilitando la formación inicial del alumnado universitario (en modalidad *e-learning* o *b-learning*) en el desarrollo de actividades curriculares, tutorización, evaluación, comunicación e interacción.

Esto ha propiciado que el uso de estos medios haya aumentado, así como las prácticas educativas desarrolladas mediante los mismos. De manera que ha sido necesario establecer nuevos modos de aprender y enseñar usando las TIC a partir de las metodologías propias del EEES, con el propósito de potenciar los procesos de aprendizaje del alumnado (IMBERNÓN, SILVA y GUZMAN, 2010).

No obstante, no se trata sólo de cómo usar los medios para enseñar y aprender en la Educación Superior, sino de cómo estos medios han modificado en el entorno académico y laboral la manera de relacionarnos, comunicarnos, organizar nuestro trabajo... ya sea entre el alumnado o alumnado-profesorado. Y también de la gestión que se hace de las tareas, los tiempos y los espacios.

Sin embargo, el auge de estos medios no es suficiente para responder a las demandas formativas de la sociedad actual: no sería posible innovar en el marco del EEES sin un cambio en la metodología docente, en el planteamiento, en la concepción que tenemos de la educación y, en concreto, de la formación. Estamos hablando de abrir el aula a un espacio mucho más amplio, fuera de los muros físicos, de compartir, intercambiar y discutir con personas alejadas de nuestra realidad, en otros contextos y otros espacios, de crear y generar conocimiento a través de redes de trabajo, en una gran red global conectada.

En el futuro, el aula será el espacio donde nos encontremos personas interesadas en un mismo tema para trabajar, intercambiar documentos, información, reflexiones, opiniones, ideas... abierta a todas las personas que quieran participar y donde el rol del profesorado será el de orientación, guía, dinamización... pues toda la información estará disponible en esa gran red de información y conocimiento. Pero,

¿por dónde empezamos? Nuestra propuesta es comenzar por las Redes Sociales, que son hoy en día la herramienta que nos permite intercambiar, opinar, crear grupos de interés para compartir y crear. Aún es incipiente su uso en la Educación Superior, ya que coincidimos con SANCHO (2010: 163) en que *la introducción de las TIC en la enseñanza universitaria no representará grandes cambios y mejoras si no viene acompañada de una revisión profunda de lo que entendemos por conocimiento, de nuestras concepciones sobre la enseñanza y aprendizaje, del sentido de nuestro rol como docentes y de las formas de evaluación*. Tanto es así que, de acuerdo con DE PABLOS (2010), afirmamos que el rol del profesorado debe cambiar, convirtiéndose en dinamizador y facilitador de los aprendizajes del alumnado, pasando a ser quien enseñe a crear, aprender y compartir el conocimiento.

### Redes sociales y usos educativos

Las Redes Sociales, utilizadas en la actualidad por un 85% de los internautas<sup>1</sup>, han de estar presentes en las aulas como recursos utilizados casi a diario por nuestros alumnos y alumnas y a los que podemos dar un uso y una finalidad educativa. Así, Facebook, Tuenti o Twitter, entre otros, pueden servir a nuestros objetivos educativos convirtiéndose en lugar idóneo para la comunicación y el trabajo conjunto, en la mayoría de las ocasiones demandando escasas instrucciones de uso (formación específica) por nuestra parte, un punto positivo a su favor ya que nos permitirá centrarnos en los objetivos puramente educativos de las tareas a desarrollar.

Citando a DE HARO (2008), profesor y coordinador TIC de un centro de Secundaria en Barcelona y responsable del Blog EDUCATIVA, recogemos aquí algunos de los beneficios de crear un espacio en las Redes Sociales para trabajar con el alumnado:

- *Permite centralizar en un único sitio todas las actividades docentes, profesores y alumnos de un centro educativo.*
- *Aumento del sentimiento de comunidad educativa para alumnos y profesores debido al efecto de cercanía que producen las redes sociales.*
- *Mejora del ambiente de trabajo al permitir al alumno crear sus propios objetos de interés, así como los propios del trabajo que requiere la educación.*
- *Aumento en la fluidez y sencillez de la comunicación entre profesores y alumnos.*
- *Incremento de la eficacia del uso práctico de las TIC, al actuar la red como un medio de aglutinación de personas, recursos y actividades. Sobre todo cuando se utilizan las TIC de forma generalizada y masiva en el centro educativo.*
- *Facilita la coordinación y trabajo de diversos grupos de aprendizaje (clase, asignatura, grupo de alumnos de una asignatura, etc.) mediante la creación de los grupos apropiados.*

---

<sup>1</sup> *Observatorio de Redes Sociales 2011*, encuesta en línea a 1.500 internautas realizada por la consultora privada *The Cocktail Analysis* a demanda de BBVA y Microsoft (este documento puede consultarse en <http://www.tcanalysis.com/uploads/2011/02/Observatorio-RedesSociales2011.pdf>).

- *Aprendizaje del comportamiento social básico por parte de los alumnos: qué puedo decir, qué puedo hacer, hasta dónde puedo llegar, etc.*

Una de las Redes Sociales que inicialmente mejor puede servir a propósitos educativos es Ning (SUÁREZ, 2009), -si bien aún no es muy conocida entre los y las estudiantes-, ya sea para generar debate y conocimiento en red (UIMP 2.0, <http://redsocia.uimp20.es/>), para aprender Economía en Bachillerato (Econogargallo, <http://econogargallo.ning.com/>) o como espacio en el que desarrollar tareas de investigación (DIM-UAB, Didáctica y Multimedia -<http://dimglobal.ning.com/>-). Por su parte Twitter (herramienta de microblogging en la que publicamos mensajes cortos, de no más de 140 caracteres) aún se encuentra lejos de nuestro alumnado si lo comparamos con Facebook o Tuenti; sin embargo, está siendo usado por profesores y profesoras en motivadoras experiencias como el aprendizaje del español como lengua extranjera<sup>2</sup>, la práctica del latín en un grupo de Bachillerato<sup>3</sup> o incluso este interesante *tablón de anuncios*<sup>4</sup> en el cual, en respuesta a la pregunta *¿Por qué utilizamos Twitter?*, maestros y maestras de diferentes niveles educativos y países ofrecen motivos para acceder a esta Red Social.

En definitiva, las Redes Sociales presentan numerosas ventajas para los estudiantes ya que fomentan el diálogo, promueven compartir recursos e información, desarrollar habilidades comunicativas y de aprendizaje en línea... todas ellas competencias que no podemos ni debemos dejar de trabajar con nuestro alumnado. Es más que probable que las Redes Sociales no nos ayuden a resolver problemas educativos, pero estamos seguras de que pueden ayudarnos en nuestro trabajo diario como docentes. Pues no sólo permiten al alumnado comunicarse entre sí y con el profesorado, sino que prácticamente no hay límites en su uso en las aulas<sup>5</sup>.

### **Lo que hace nuestro alumnado con las redes sociales**

Los datos que se muestran en este estudio han sido recogidos mediante un cuestionario elaborado al efecto para conocer el uso que el alumnado universitario, futuro profesorado de Educación Primaria actualmente en formación inicial, hace de las Redes Sociales.

La muestra participante en este estudio son 96 alumnos y alumnas de Primer curso de la titulación de Grado de Primaria de la Facultad de Formación del

---

<sup>2</sup> [http://www.elbazardeloslocos.org/?page\\_id=748](http://www.elbazardeloslocos.org/?page_id=748) (consultado el 20/06/2012).

<sup>3</sup> <http://twitter.com/carolusmagister> (consultado el 20/06/2012).

<sup>4</sup> <http://www.wallwisher.com/wall/twitteredu> (consultado el 20/06/2012).

<sup>5</sup> *100 Inspiring Ways to Use Social Media In the Classroom*. Consultado el 18/03/11 en <http://www.onlineuniversities.com/blog/2010/05/100-inspiring-ways-to-use-social-media-in-the-classroom/>

Profesorado de la UEx. De los cuales el 60% son alumnas y el 40 % restante alumnos. Casi el 80 % de dicho alumnado tiene una edad comprendida entre los 18 y los 20 años. El instrumento utilizado para la recogida de datos ha sido un cuestionario, elaborado *ad hoc* a partir de otros cuestionarios previos dirigidos a estudiar los conocimientos previos del alumnado universitario en las titulaciones de Maestro/a de la Facultad de Educación de la UEx, como parte del proceso de evaluación (evaluación inicial). El cuestionario está compuesto por 40 preguntas, tanto abiertas como cerradas (de una única respuesta y respuesta múltiple), donde la persona que responde ha de situarse y elegir una de las opciones que se ofrecen conforme a su situación y/u opiniones.

Los datos a analizar en este trabajo hacen referencia específicamente al uso de varias Redes Sociales, con el objetivo de indagar sobre los motivos que llevan al abandono de alguna(s) de las cuentas de las distintas Redes Sociales tras haberla creado. Los resultados muestran que el alumnado universitario participante en este estudio usa principalmente la Red Social Tuenti, seguida de cerca por Facebook y Ning. A continuación, las más usadas son Twitter, Hi5 y LinkedIn. En menor e igual número se sitúan otras Redes Sociales, en algunos casos asociadas a otras aplicaciones, como MySpace, Xing/Neurona y Netlog.

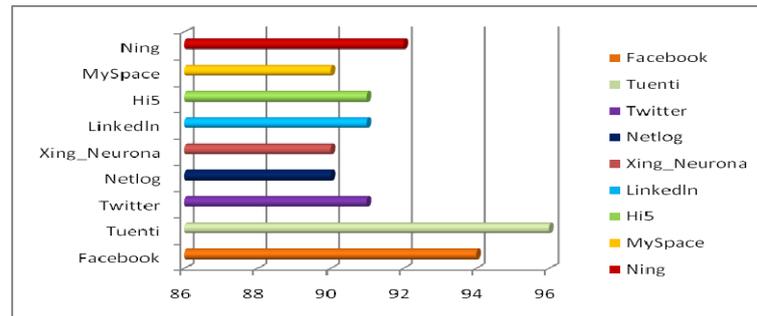


Fig. 1. Frecuencia de uso de distintas Redes Sociales. Elaboración propia

A partir de los datos obtenidos podemos decir que la Red Social más usada es *Tuenti*, al y como puede observarse en el gráfico 1, pues casi el 92 % del alumnado encuestado *tiene cuenta y la utiliza* frente al casi 43 % que reconoce hacerlo en *Facebook* o el 9,8% que lo hace en *Twitter*.

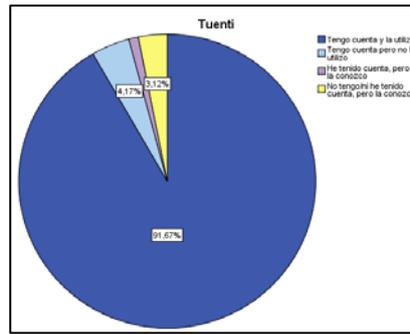


Fig. 2. Uso de la Red Social Tuenti. Elaboración propia

Si analizamos el uso o conocimiento de distintas Redes Sociales encontramos que las opciones de respuesta más frecuentes son “No la conozco” en el caso de Netlog, Xing/Neurona, LinkedIn y Ning, seguida algo de lejos por Hi5, “Tengo cuenta y la utilizo” para Tuenti y Facebook, por este orden y “No tengo cuenta pero la conozco” para Twitter, “Tengo cuenta pero no la utilizo” en el caso de Facebook y “He tenido cuenta pero ya no la tengo” cuando se trata de Hi5, MySpace y Netlog, por este orden.

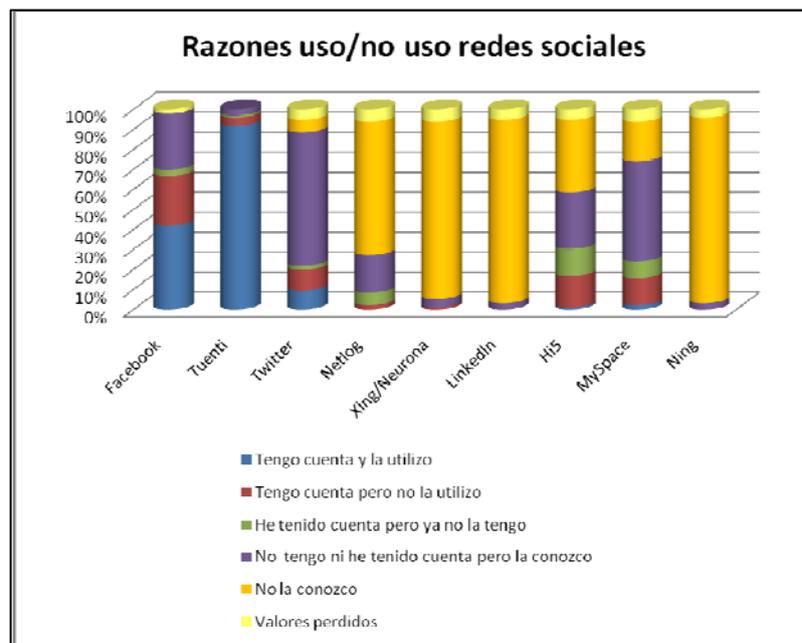


Fig. 3. Razones uso/ no uso Redes Sociales

En los casos en los que se decantaron por las opciones *Tengo cuenta, pero no la utilizo* o *He tenido cuenta pero ya no la tengo*, los motivos que arguyen son diversos, aunque fundamentalmente aluden a la falta de tiempo, percepción de tratarse de una red aburrida, de ser complicada de manejar o no conocer adecuadamente su funcionamiento. También se alude a la falta de uso por parte del grupo de iguales, lo que a ojos de los y las jóvenes elimina la utilidad de la red en cuestión. Estas razones se alegan, fundamentalmente, para redes como Hi5, MySpace o Netlog, aunque es una minoría quien *ha tenido cuenta y ya no la tiene* o bien la sigue teniendo abierta pero *no la utiliza*. Más numerosa es la tasa de abandono de Twitter, debido a la limitación de su uso (mensajes muy breves) o a desconocer y/o no comprender su funcionamiento.

Por lo que a las redes más utilizadas se refiere, Facebook y Tuenti, la mayoría de las razones de abandono de la primera tiene que ver con haberle dado prioridad a la segunda. Así, encontramos que abandonan Facebook “porque es más difícil de manejar y todos mis amigos tienen Tuenti”, “porque me parece complicado su uso”, “porque tengo a más gente”, “porque ya tengo el Tuenti y además tampoco sé manejarlo bien”, “al tener Tuenti no lo utilizo porque son muy parecidas”, “porque hace tiempo lo tuve pero mis amigos sólo tenían Tuenti”, “porque me atrae más el Tuenti”. Pese a todo, llama la atención encontrar alegaciones curiosas de abandono como esta: “cuando todo

el mundo comenzó a tenerlo (Tuenti) empezó a perder la gracia y a veces, quizás, podía resultar agobiante”, no frecuente pero que ofrece información útil para llegar a comprender qué les lleva a seguir utilizando una Red Social o dejar de hacerlo.

## Resultados

Si comparamos los datos obtenidos con los publicados en el estudio realizado por *The Cocktail analysis* (2011), coincidimos en que las Redes Sociales más utilizadas son *Facebook* y *Tuenti*, seguidas de *Twitter* con un 14% que ya tienen cuentas y las utilizan, si bien en el caso del alumnado universitario este porcentaje es mucho menor. Las denominadas por este estudio *redes no puras*, como *Messenger*, *Youtube* y los *Foros*, en ocasiones destacan frente a las *puras*, aunque en nuestro estudio no han sido contempladas al no haberlas considerado Redes Sociales.

Sin embargo, sí encontramos en común las altas tasas de abandono (algo más del 20%) que se producen en las Redes Sociales *Hi5*, *Myspace*, *Badoo* y *Fotolog*. También es destacable la coincidencia que se produce por el hecho de que más de la mitad de las personas encuestadas indican no conocer *LinkedIn* y *Xing/Neurona*. Finalmente hay que decir que en nuestro estudio no se ha recogido la situación en cuanto al uso de *Skype* y *Messenger* como herramientas de comunicación por considerar que son algo más que Redes Sociales.

## Conclusiones

El título de esta comunicación pone de relieve los datos obtenidos en el estudio, pues Tuenti es la Red Social con mayor implantación entre nuestro alumnado, seguida muy de cerca por Facebook. Aunque Twitter es reconocida, los y las estudiantes la asocian a una Red Social con mucha mayor repercusión, que requiere conocimientos de uso algo más complejos desde su punto de vista (entre otros, tecnicismos), por lo que la perciben como algo alejada de su realidad.

El resto de Redes Sociales tiene un escaso protagonismo entre el alumnado universitario, bien por desconocimiento, por falta de utilidad o, principalmente, porque su red de contactos no la usa: es decir, no está en su “entorno social”.

Podemos afirmar que, en conjunto, los datos de nuestro estudio coinciden con los obtenidos por el trabajo más amplio realizado por *The Cocktail Analysis* (2011), lo que nos lleva a pensar que sería conveniente realizar una réplica de nuestro estudio ampliando la muestra participante en el mismo y buscando explicaciones de tipo inferencial que nos puedan dar información sobre cuáles son las variables explicativas y predictoras del uso de unas Redes u otras entre el alumnado universitario.

Esto nos permitirá explicar la división que se produce entre las tareas académicas y sociales que realiza el alumnado universitario, entre su tiempo de formación y de ocio, entre las relaciones entre profesorado y alumnado y entre su grupo de iguales, pues si estamos hablando de las posibilidades didácticas de las TIC en la Educación Superior, ligadas a la implantación de nuevas metodologías, no podemos dejar de lado ni obviar una de las herramientas con mayor arraigo y “tirón” entre la juventud universitaria como son las Redes Sociales, que además facilitan el trabajo colaborativo mediante la creación y generación de conocimiento e intercambio de información, como fruto del esfuerzo y trabajo de un grupo que funciona como tal.

## Referencias bibliográficas

CABERO, J.; ROMÁN, P. “E-Actividades. Un referente básico para la formación en Internet”, MAD ediciones, Sevilla, 2006.

DE PABLOS, J. “Potenciación del trabajo del estudiante universitario mediante los usos de las tecnologías”, *Cómo enseñar en el aula universitaria*, J. PAREDES y A. de la HERRÁN (Coords.), Pirámide, Madrid, 2010.

ECHEVERRÍA, J. “Impacto cultural, social y lingüístico de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC)”, *Tres Espacios Lingüísticos*, OEI, 2002. [http://www.campus-oci.org/tres\\_espacios/icoloquio8.htm](http://www.campus-oci.org/tres_espacios/icoloquio8.htm) [14-04-2011].

GARRISON, D. R.; ANDERSON, T. *El e-Learning en el siglo XXI*, Octaedro, Barcelona, 2006.

IMBERNÓN, F.; SILVA, P.; GUZMÁN, C. “Competencias en los procesos enseñanza-aprendizaje virtual y presencial”, *Comunicar*, nº.36, 2010, págs. 107-114.

MARQUÈS, P. “La Web 2.0 y sus aplicaciones didácticas”, 2007. <http://www.peremarques.net/web20.htm>. [9-03-2011].

RUBIA, B. “Experiencias colaborativas universitarias apoyadas en e-learning”, *Cómo enseñar en el aula universitaria*, J. PAREDES y A. de la HERRÁN (Coords.), Pirámide, Madrid, 2010.

RUBIO, M. J. “Enfoques y modelos de evaluación del e-learning”, *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa*, 2003. [http://www.uv.es/RELIEVE/v9n2/RELIEVEv9n2\\_1.htm](http://www.uv.es/RELIEVE/v9n2/RELIEVEv9n2_1.htm) [10-04-2009].

RUIPÉREZ, G. “Temario del curso de Experto en E-learning 2.0: educación por internet y formación on-line”, Universidad Camilo José Cela, Madrid, 2009.

SANCHO, J. “Innovación, cambio y mejora en la enseñanza universitaria. Lo que añaden y lo que ocultan las TIC”, *Cómo enseñar en el aula universitaria*, J. PAREDES y A. de la HERRÁN (Coords.), Pirámide, Madrid, 2010.

SUÁREZ, C. Creación de Redes Sociales de uso educativo”, *Educación y Virtualidad*, 2009. “<http://educacion-virtualidad.blogspot.com/2009/09/creacion-de-redes-sociales-de-uso.html> [18-03-2011].

THE COCKTAIL ANALYSIS “Informe de resultados. Observatorio Redes Sociales3ª Oleada”, BBVA-Microsoft, Madrid, 2011.#

