

Perfiles de uso de redes sociales: estudio descriptivo con alumnado de la Universidad de Murcia

Social Networks Usage Profile: Descriptive study with students in the University of Murcia

M^a Paz PRENDES ESPINOSA, Isabel GUTIÉRREZ PORLÁN
y Linda CASTAÑEDA QUINTERO
Universidad de Murcia

Recibido: Octubre 2014

Aceptado: Febrero 2015

Resumen

Las herramientas telemáticas se han convertido en parte de nuestra cotidianidad y esta afirmación se hace aún más patente si nos centramos en la población de jóvenes. Sin embargo las posibilidades que estas herramientas permiten desde un punto de vista profesional -más allá de los aspectos meramente lúdicos- siguen sin ser aprovechadas del todo, tanto por los sujetos como por las instituciones educativas. Es por ello que este trabajo analiza el uso que los estudiantes universitarios hacen de las redes sociales, intentando averiguar el tipo de uso que hacen de estas herramientas. Hemos llevado a cabo una investigación descriptiva desde una perspectiva cuantitativa apoyada en la técnica de encuesta. Hemos aplicado un cuestionario a toda la población de estudiantes de la Universidad de Murcia. Presentamos los datos obtenidos, habiendo sido respondido por 487 estudiantes de nuestra universidad en el primer semestre del año 2014. Los resultados confirman nuestra hipótesis de que las redes sociales forman parte de las herramientas básicas y habituales de comunicación entre los jóvenes de nuestra universidad y que se utilizan para fines eminentemente lúdicos, y además que las herramientas que se usan para actividades más académicas son aquellas que permiten un mayor control de la privacidad.

Palabras clave: redes sociales, tecnologías web 2.0, estudiantes universitarios, educación superior.

Abstract

Telematic tools are very important for our lives in the present era and moreover this idea is made more evident if we analyse young people behaviours. However, it seems that the possibilities that these tools allow subjects from a professional point of view, beyond the purely playful aspects, are still not fully exploited both by subjects, neither by educational institutions where they learn. Our work studies the uses of social media in the context of university students. In order to this we have designed a research based on quantitative methodology with a survey. We have applied a questionnaire to students in the University of Murcia. The questionnaire was answered by 487 students in the first half of 2014. The survey results confirm our hypothesis that social networks are part of the basic and habitual tools of communication

between the youth of our university and eminently used for leisure purposes, and that the tools used for more academic activities are those allowing greater control of privacy.

Keywords: social networks, web 2.0 technologies, university students, higher education.

Las redes sociales son herramientas que han llegado a convertirse en un espacio habitual e idóneo para el intercambio de información de manera rápida, sencilla y cómoda. En muy pocos años han conseguido convertirse en lugares de uso frecuente, especialmente entre poblaciones jóvenes de internautas. Estos internautas, tal y como mostramos en anteriores investigaciones (Sánchez, Prendes y Serrano, 2011), están habituados a mantener procesos de comunicación presenciales y en red que se entremezclan, encontrándose además datos que refrendan que el uso de redes sociales telemáticas favorece las relaciones presenciales y el mantenimiento de vínculos sociales satisfactorios. En nuestra investigación con jóvenes de entre 12 y 18 años se puso de manifiesto que más de un 53% de los adolescentes mantienen contactos en red a los que no conocen presencialmente, lo cual supone una gran capacidad de comunicación virtual que amplía las posibilidades de relación presenciales. Y en un alto porcentaje (más del 27%) muestran que los contactos presenciales coinciden con los contactos en entornos tecnológicos. Estos datos corroboran la idea generalizada de que "Las comunicaciones electrónicas y las redes digitales están modificando nuestra forma de trabajar así como nuestra comunicación interpersonal y el ocio. Esta serie de cambios ha tenido un gran impacto en las necesidades de formación y en las opciones de aprendizaje" (Garrison y Anderson, 2010, 17).

En el informe "La Sociedad en Red" de 2013 (Ureña, 2014, 14) encontramos los siguientes datos de interés en relación con las redes sociales: "El envío de correos electrónicos (67%) y la búsqueda de información sobre bienes y servicios (59%) despuntan como los dos usos mayoritarios de la Red. Se posiciona en tercer lugar la compra por Internet (47%), seguido del uso de redes sociales y /o redes profesionales (45%)". Además de este dato, se recoge que el 70% de los hogares españoles disponen de acceso a Internet y que el 70% de los internautas acceden desde dispositivos móviles, especialmente teléfonos.

Otras fuentes (IAB Spain, 2014) ofrecen datos aún más espectaculares, como que Facebook en 2014 es una red social conocida por el 99% de la población, seguida de Twitter que es conocida por un 92% de personas y Tuenti por un 76%. Además para este último año el número de redes sociales utilizadas por cada usuario ha aumentado respecto a años anteriores de forma no sustitutiva. Según datos del mismo informe, el acceso a redes sociales mediante el móvil ha aumentado un 25% en el último año y aunque no es una red social como tal, mención especial merece el fenómeno Whatsapp, considerado por un 59% de la población como una red social porque ven en él grandes posibilidades comunicativas (sustituyendo o mejorando en muchos casos la comunicación que ya llevan a cabo en redes sociales). Sea considerada red social o no, la realidad es que es una herramienta utilizada por el 88% de la población, datos que aumentan a un 98% si nos centramos en la población más joven (entre 18 y 30 años).

La red social como naturaleza y realidad subyacente a la Web de participación

Las personas siguen como antaño socializando y aprendiendo en red social, pero esta vez de forma global y con las posibilidades de la Web 2.0. La evolución de las redes sociales aparece directamente ligada a la evolución de Internet y de forma más específica, a la evolución de la Web. En un reciente trabajo (Prendes, 2013) se analiza esta evolución y su vinculación con los desarrollos de Web Semántica, encontrándonos que en la actualidad nos permite no sólo participar de forma activa en la construcción de información y modelar nuestras propias redes de contactos y nuestra identidad digital, sino que incluso más allá es una red que de forma inteligente identifica y responde a nuestras necesidades y costumbres, además de una red cada día más accesible a todos (Roig, Ferrández y Ferri, 2014).

En otros trabajos previos (Castañeda y Gutiérrez, 2010; Castañeda, González y Serrano, 2011) hemos analizado con detenimiento el concepto de red social online y, aunque no queremos entrar pormenorizadamente en su definición, nos gustaría caracterizarlas someramente. De manera genérica podríamos decir que las *redes sociales* son “aquellas herramientas telemáticas de comunicación que tienen como base la Web, se organizan alrededor de perfiles personales o profesionales de los usuarios y tienen como objetivo conectar secuencialmente a los propietarios de dichos perfiles a través de categorías, grupos, etiquetados personales, etc., ligados a su propia persona o perfil profesional” (Castañeda y Gutiérrez, 2010, 18).

Sin embargo esa definición podría hacerse hoy extensible a casi cualquier servicio de la Web; por ello es interesante hacer una distinción entre *herramientas de red social* y *con una red social subyacente*. Así, mientras en las primeras los nodos son las personas, en las otras el centro de la comunicación son las experiencias de las personas en un contexto concreto ("*lifestreaming*") o bien los artefactos u objetos digitales que comparten (los "*social media*"). Así pues, podemos considerar que de forma generalizada las herramientas de la Web 2.0 tienen una red social subyacente, pero no todas son redes sociales.

Se trate de la razón misma de su naturaleza o sea por lo que subyace al uso de las herramientas de la Web, la evolución de Internet aparece directamente ligada a la evolución y expansión de las redes sociales –en su sentido más antropológico– en este espacio de participación gracias a múltiples herramientas que les sirven como ámbito natural de desarrollo (Erdem, 2013).

En consecuencia, lo más importante de lo que sucede en estas herramientas no tiene que ver con las conexiones de informaciones, sino con las conexiones entre personas, siendo estas con sus experiencias los nodos o centros de interés de las redes sociales, idea que resitúa como principales aspectos de las redes los principios de interactividad cognitiva de Prendes (1995; 2004), la inteligencia colectiva de Lévy (2004), la arquitectura de la participación de O'Reilly (2005) o el conectivismo de De Kerckhove (1999) o Siemens (2005). Y con todo ello se pone de relieve la importancia de estos entornos para el aprendizaje formal, no formal e informal (Heo y Lee, 2013).

Redes sociales en educación superior

El tipo de uso que las personas hacen de las redes sociales ha sido desde su aparición un reto para los investigadores tanto por su diversidad de usos como diversidad de usuarios. Y entre éstos, el colectivo de estudiantes universitarios es uno de los más interesantes por sus características -tecnológicas y personales- (Hargittai, 2007).

En la literatura científica cada vez hay más experiencias documentadas de uso de las redes sociales en contextos formales. Ya en trabajos como los de Madge, Meek, Wellens y Hooley (2009) o Kabilan, Ahmad y Abidin (2010) se hacen aproximaciones al impacto de esas redes en la educación superior y a la repercusión concreta de Facebook en la misma. En esta línea, el trabajo de Greenhow y Robelia (2009) habla de los enormes beneficios –especialmente en términos de apoyo emocional y desarrollo de habilidades interpersonales- del uso de redes sociales en la enseñanza y enfatizan la oportunidad que tenemos los educadores de crear con ellas itinerarios y dinámicas de trabajo que puedan ser útiles a los estudiantes para su desarrollo posterior como ciudadanos.

Estudios recientes remarcan la importancia del uso de las redes sociales para el enriquecimiento del aprendizaje de los universitarios. Mediante éstas, el alumnado participa en comunidades que le ayudan a aprender y practicar habilidades específicas (Ahn, 2011) y además a afianzar sus relaciones sociales en un contexto paralelo a su actividad diaria habitual (Ellison, Steinfield, y Lampe, 2011). Gómez, Roses y Farias (2012) realizan un estudio con cerca de un millar de universitarios y señalan que éstos tienen un alto consumo de redes sociales y una actitud favorable hacia su uso como recurso educativo, aunque de forma generalizada manifiestan que esta posibilidad se reduce generalmente a experiencias promovidas por ellos mismos y no por los docentes.

Encontramos también la experiencia de Santillán, Cornejo y Ausín (2012) centrada en el uso de Facebook como plataforma para promover la difusión de información y la comunicación entre los estudiantes de enfermería y carreras afines. En su trabajo crean un perfil sobre enfermería y analizan su impacto a través de 738 sujetos que marcaron "me gusta" durante un curso académico. Para ello analizan las estadísticas que recoge la propia plataforma y concluyen que un 50% de los usuarios fueron muy activos y que el uso de esta herramienta contribuyó a la visibilidad del blog que ya tenían previamente.

Igualmente con Facebook es la experiencia de Gutiérrez y Soto (2012) en la cual los estudiantes de último curso de Pedagogía utilizaron la herramienta como espacio de interacción y participación. Tras administrar un cuestionario en línea concluyeron que a pesar de la experiencia de uso previo de más del 70% del alumnado, el 95% no la había utilizado nunca como herramienta educativa. En general consideran su uso como positivo por mejorar el clima de clase, la relación con el profesorado y el acceso a la información, así como la realización de prácticas.

Y de nuevo Facebook centra la investigación de Túñez y Sixto (2012) quienes coinciden con los anteriores al señalar la alta satisfacción de los estudiantes

universitarios, la cual fue medida a través de seguimiento estadístico, encuesta y observación participante.

Otra experiencia es la denominada Espacio 3.0, una plataforma institucional transversal y solo para estudiantes de la Universidad de Murcia que se ha desarrollado para promover el intercambio de información y la colaboración. En general, los que la han utilizado han manifestado su satisfacción (Carrillo, Prendes y Esquembre, 2012; Pérez, Prendes y Jiménez, 2014).

Un posible uso de las plataformas de red social se enmarca en relación con la creación y desarrollo de comunidades de práctica (Paredes, De la Herrán, y Velázquez, 2012). En su experiencia utilizan Ning para la creación de una red con 70 profesores de una misma universidad mexicana. La conclusión es que la experiencia no funcionó adecuadamente por factores diversos y no todos ellos relacionados de forma directa con la red social, sino más bien por cuestiones ajenas a la propia experiencia.

Por su parte Barajas y Álvarez (2013) recogen experiencias diversas tales como el uso de Facebook con alumnos de Educación Social o de Periodismo, el uso de Ning en un programa de Relaciones Internacionales, el uso combinado de redes sociales y OCW en la UNED o el uso de Twitter para realizar un club de revistas en estudios de Medicina. De su propia investigación las autoras concluyen que los estudiantes están capacitados para usar las redes sociales como instrumento educativo y que éstas contribuyen a la motivación, capacidad de convocatoria, trabajo en equipo e interacción con los compañeros.

Actualizando el perfil de los universitarios como usuarios de redes sociales: un estudio en la Universidad de Murcia

La investigación que presentamos aquí es un estudio exploratorio de carácter cuantitativo que pretende principalmente actualizar el perfil de los estudiantes universitarios respecto del uso de las redes sociales, entendiendo que en los últimos años el uso de nuevos tipos de tecnología, la proliferación de los dispositivos móviles y los cambios en las formas de participación online han supuesto cambios también en ese perfil de participación en red. El estudio se ha realizado a través de una encuesta en línea llevada a cabo durante los meses de marzo a mayo de 2014 y en la que hemos contado con una muestra total de 487 sujetos de nuestra universidad.

Objetivo

El objetivo de la investigación que hemos llevado a cabo ha sido conocer los usos que los estudiantes de la Universidad de Murcia hacen de las diferentes herramientas de red social, con la finalidad de ofrecer una descripción del estado de la cuestión.

Método

El trabajo que presentamos se enmarca dentro de una investigación de corte empírico/analítico. Concretamente el estudio que hemos llevado a cabo se encuentra dentro de una metodología no experimental y el método empleado ha sido el descriptivo. Los estudios descriptivos recogen y analizan información con fines exploratorios, concretamente este método pretende describir un fenómeno dado, mediante el análisis de su estructura y la exploración de las asociaciones relativamente estables que lo describen (Arnal, Del Rincón y Latorre, 1994; Cardona, 2002; McMillan y Schumacher, 2007; Newby, 2010). El método descriptivo desempeña un papel fundamental en la investigación educativa, dado que proporciona hechos y datos que permiten la configuración de nuevas teorías y aproximaciones (Hernández, 2001).

En lo que respecta a los estudios descriptivos, encontramos que pueden distinguirse cuatro tipos diferentes (Arnal, Del Rincón y Latorre, 1994; García, Ibáñez y Alvira, 1994; Hernández, 2001): los estudios tipo encuesta, los analíticos, los de desarrollo y los observacionales. En este trabajo hemos desarrollado un estudio tipo encuesta que nos ayudará a recoger información de forma sistemática para la posterior toma de decisiones, siendo este tipo de investigaciones una de las más empleadas en el ámbito educativo (Hernández, 2001).

Así pues, la descripción del uso de redes sociales de los estudiantes de la Universidad de Murcia se ha llevado a cabo mediante un estudio tipo encuesta, empleando para ello un cuestionario online. Para difundir el acceso al cuestionario se contó con la colaboración del Vicerrectorado de Estudiantes, desde donde se envió la URL a toda la población de alumnado de la Universidad de Murcia a través de la lista de distribución oficial.

Contexto de la Investigación

El contexto de nuestra investigación es la Universidad de Murcia. Esta universidad es de carácter público, está ubicada en la Región de Murcia y fue fundada en el año 1272. Tiene un carácter generalista impartándose en ella una gran cantidad de titulaciones. Concretamente está compuesta por un total de 5 campus, 20 facultades y 4 escuelas adscritas, 78 departamentos y un total de 2.463 docentes e investigadores, 1.274 personal de administración y servicios y 34.404 alumnos (datos oficiales de la Universidad de Murcia para el curso académico 2012-2013).

Muestra

La población de la investigación que hemos llevado a cabo ha sido todo el alumnado de la Universidad de Murcia, un total de 34.404 para el curso académico 2012-2013 (últimos datos oficiales de dicha universidad). Tras cuatro semanas en las que se mantuvo abierto el cuestionario en red, la muestra participante fue de un total de 487. Teniendo en cuenta el tamaño de la población y con un margen de error del 4,4%,

obtenemos un nivel de confianza del 95%, suponiendo máxima heterogeneidad poblacional.

Instrumento

Para la recogida de información llevada a cabo en nuestra investigación se utilizó un instrumento de evaluación, que en este caso fue un cuestionario en red. Consideramos importante emplear este instrumento porque nos da la posibilidad de conocer diferentes tipos de información (Newby, 2010):

- Conocimiento de los hechos.
- Comprensión.
- Esquemas mentales y modelos.
- Análisis.
- Implementación de ideas.
- Valores.

Una vez diseñado el cuestionario, se validó utilizando la técnica de juicio de expertos (Hernández Pina, 2001; Bisquerra, 2004), para la que se seleccionó un grupo de personas expertas en la materia a las cuales se les plantearon cuestiones referidas a la pertinencia de los ítems, su estilo, el orden de presentación y otras observaciones. Tras la validación del cuestionario, éste quedó formado por un total de 10 ítems. Partiendo de los consejos y recomendaciones planteados por Bisquerra (2004), el cuestionario consta de las siguientes partes:

- Instrucciones para responderlo.
- Datos etnográficos y de identificación: 4 ítems (sexo, edad, titulación y curso).
- Cuerpo del cuestionario: 6 ítems referidos a los usos que los alumnos hacen de Internet, los dispositivos mediante los que acceden, la frecuencia de uso de herramientas telemáticas y concretamente de red social y los usos de Internet y de redes sociales en relación con sus tareas académicas en la Universidad.

Finalmente se difundió en red utilizando la herramienta "Encuestas" de la Universidad de Murcia. La aplicación de cuestionarios por Internet presenta, según Bisquerra (2004), las siguientes fortalezas y debilidades:

Encuestas por Internet	
Fortalezas	Debilidades
Bajo coste y mayor rapidez	Dificultad en plantear preguntas abiertas
No se necesita entrevistadores, evitando sesgos del entrevistador	Mayor coste en la elaboración del cuestionario
Mayor sensación de anonimato	Riesgos derivados de posibles fallos informáticos
Permite acceder a poblaciones de difícil acceso	Necesidad de conexión a Internet
Evita errores de codificación	Poco motivador si no existe reclamo o incentivo
Facilita el análisis cuantitativo de la información recogida	Impersonal

Tabla 1. Fortalezas y debilidades de las encuestas por Internet (Bisquerra, 2004)

Una vez que se han recogido todos los datos con esta herramienta, el cuestionario genera una base de datos por lo que el análisis posterior de los mismos es mucho más sencillo.

Resultados

La aplicación del cuestionario diseñado y elaborado en el marco de nuestra investigación, nos ha permitido tener una visión sobre los usos que los estudiantes de la Universidad de Murcia hacen de Internet y en concreto de las redes sociales. Presentamos a continuación la descripción de los datos realizada.

En lo que respecta a la muestra de la investigación encontramos una mayor presencia femenina, concretamente un 62,4% se corresponde a mujeres mientras que la participación de los hombres asciende al 37,6%. En la correlación de los datos no se han encontrado diferencias significativas en cuanto al género.

Del total de la muestra, más de la mitad (77,6%) tiene entre 17 y 25 años (concretamente un 37,8% tiene entre 17 y 20 y un 39,8% tiene entre 21 y 25 años), encontrando un 11,1% de los participantes entre 26 y 30 años y un 11,3% mayor de 30 años (ver Gráfico 1).

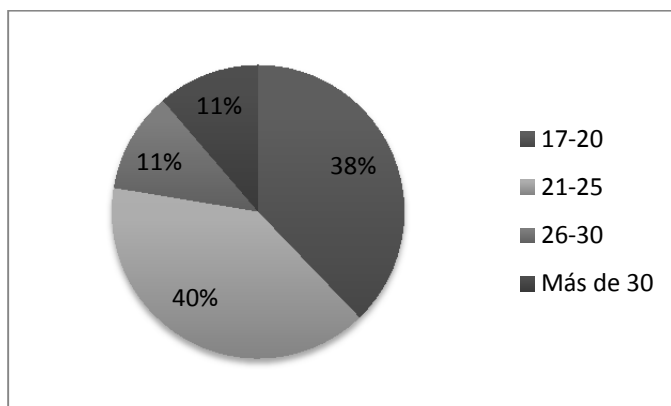


Gráfico 1. Porcentajes de edad de los participantes en el cuestionario.

En lo que respecta al tipo de estudios cursado por parte de los participantes, la mayor parte de ellos (75,8%) corresponde a estudiantes de Grado, concretamente un 72,2% se corresponde con estudios de Grado y un 3,6% con Licenciaturas de planes a extinguir. En relación a los estudiantes de Postgrado (un 24,2% del total de la muestra), un 17,6% se corresponde con estudiantes de máster y un 6,6% de doctorado (ver Gráfico 2).

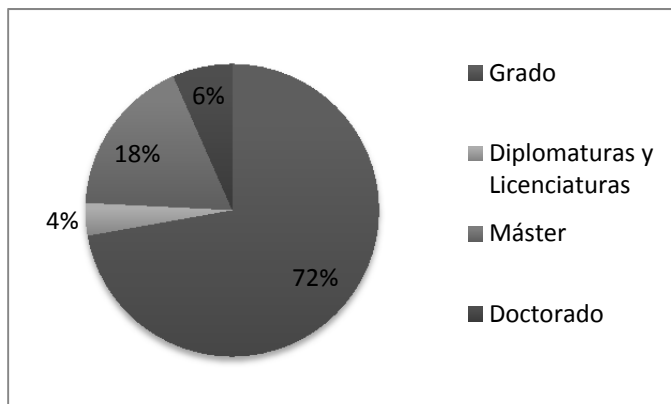


Gráfico 2. Porcentaje de tipo de estudios cursado por los participantes en el cuestionario.

En lo que respecta a las titulaciones hay una presencia de estudiantes de 121 titulaciones. Las titulaciones con una mayor presencia son Grado en Psicología (6,6%), Grado en Educación Primaria (6%), Grado en Ingeniería Informática (5,1%) y Grado en Administración y Dirección de Empresas (4,5%).

Por último, dentro de los datos etnográficos, la mayor parte de alumnos se encuentra en primer (35,7%) y segundo (21,1%) curso. Un 18,7% del total de la muestra se corresponde con alumnos de tercer curso, un 17,2% de cuarto, un 4,9% de quinto y un 2,3% correspondiente a alumnos de sexto curso.

Una vez descrita la muestra de nuestra investigación, es el momento de adentrarse en cada uno de los ítems contemplados en el cuestionario.

En primer lugar, preguntamos de forma general para qué se usan diferentes herramientas de Internet (entre ellas las redes sociales). Atendiendo a las diferentes acciones planteadas, observamos que para la búsqueda de información las herramientas más empleadas son los buscadores (97%), el Aula Virtual de la Universidad (46%), las herramientas de publicación de contenido en red como blogs, Slideshare, Youtube (42%), las redes sociales como Facebook y Tuenti (30%) y Twitter (26%). Para compartir opinión, estados y preferencias, las herramientas más utilizadas son las redes sociales como Facebook y Tuenti (78%), seguidas de Twitter con un 55% de los alumnos participantes y la mensajería instantánea en el teléfono móvil con más de la mitad de estos que afirman realizar este tipo de actuaciones (53%) (ver Gráfico III).

En lo referido a la publicación y descarga de archivos encontramos que para subir archivos a la red, de nuevo las herramientas más utilizadas son las redes sociales (63%), seguidas de gestores de contenido como Dropbox (50%) y el correo electrónico utilizado por un 45% del total de los participantes. Para la descarga de archivos la herramienta más empleada por los alumnos es el Aula Virtual (70%), los buscadores (63%), el correo electrónico (47%) y gestores de contenido (Dropbox) utilizados por un 44% de los alumnos participantes.

Por otra parte, planteamos a los alumnos el uso que hacen de diferentes herramientas para estudiar o hacer trabajos, tanto de forma individual como en grupo. En primer lugar la herramienta más utilizada para este tipo de actuaciones son los buscadores (71%), seguida del Aula Virtual (65%), el correo electrónico (50%) y la mensajería móvil (33%).

Para otras acciones de tipo más lúdico, como conocer gente, la herramienta que un mayor porcentaje de alumnos ha declarado utilizar son las redes sociales (57%), Twitter (32%) y la mensajería móvil (23%) (ver Gráfico III). Para comunicarse con los amigos y la familia, la herramienta por excelencia es la mensajería móvil (83%), redes sociales (76%), la videoconferencia, con un 47% de los participantes que afirma utilizarla para la comunicación y el correo electrónico con un 43% (ver Gráfico III). Por último, cuando preguntamos por ocio y entretenimiento en general, las redes sociales son de nuevo la herramienta más utilizada con un 80% de los alumnos participantes que declara utilizarla para este tipo de actuaciones, los espacios de publicación de contenido como blogs, Youtube o Slideshare son usados para el ocio por un 65%, seguidos de Twitter con un 54% y de la mensajería móvil con un 53% (ver Gráfico 3).

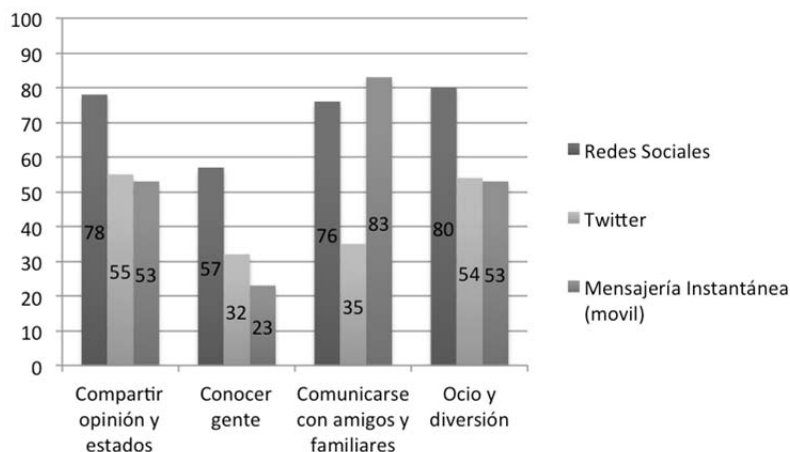


Gráfico 3. Tipo de acciones para las que un mayor porcentaje de alumnos usa herramientas sociales.

Cuando preguntamos a los alumnos por el tipo de dispositivo con el acceden a los espacios sociales en red, encontramos que la gran mayoría (86%) accede habitualmente o siempre a través del teléfono móvil, frente a un 14% que accede nunca, casi nunca o algunas veces a estos espacios mediante el teléfono. El siguiente dispositivo más utilizado para acceder a las redes sociales es el ordenador portátil (un 73% accede habitualmente o siempre), mientras que un 27% accede nunca, casi nunca o algunas veces mediante el ordenador portátil. Llama la atención como cada vez son menos los alumnos que utilizan el ordenador de sobremesa para acceder a espacios sociales en red, encontrando un 53,5% que no accede nunca o casi nunca a las redes sociales desde este dispositivo y un 24% que accede algunas veces, un 10% que lo hace habitualmente y un 12,5% que lo hace siempre. Las tabletas son otro dispositivo que no se emplea con demasiada frecuencia para acceder a las redes sociales ya que más de la mitad de los alumnos (72%) declara no usar este dispositivo para acceder a redes sociales nunca o casi nunca, un 15% lo hace algunas veces, un 6,5% lo hace habitualmente y un 5,7% siempre o casi siempre. En último lugar, en lo que respecta al acceso a redes sociales mediante la televisión, observamos que es el dispositivo menos utilizado. Un 75% de los estudiantes no lo usa nunca o casi nunca, un 14% lo accede algunas veces, un 6,9% habitualmente y un 4,1% casi siempre o siempre (ver Gráfico 4).

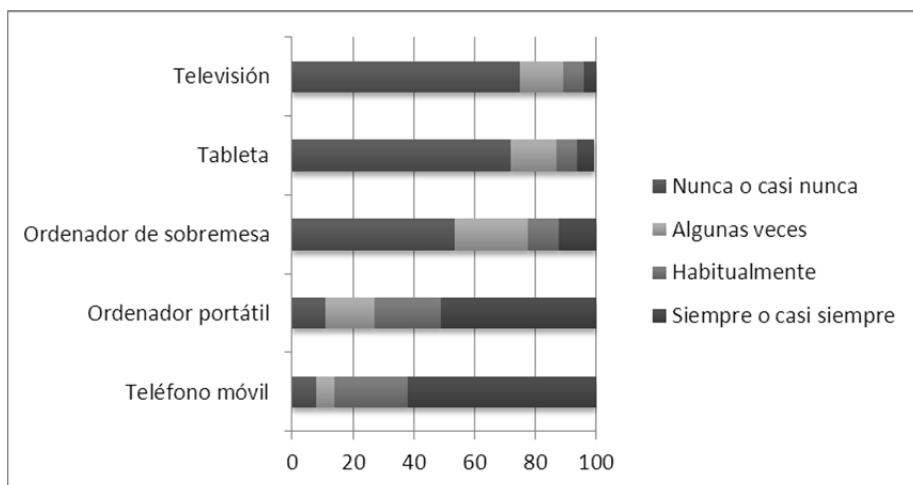


Gráfico 4. Dispositivos de acceso a redes sociales por parte de los alumnos encuestados.

Adentrándonos en las redes sociales en concreto, preguntamos a los participantes por su conocimiento y frecuencia de uso de diferentes herramientas de red social. Las herramientas más conocidas y utilizadas por los alumnos participantes son Facebook, Twitter y Whatsapp. Concretamente observamos que no hay ningún alumno que no conozca ninguna de las tres. En el caso de Facebook, un 64% la usa diariamente o más de una vez al día, un 14% entre 1 y 5 veces por semana, un 5,3% la utiliza una vez a la semana, un 2% entre una y tres veces al mes, un 4,7 la utiliza menos de una vez al mes y por último encontramos un 10% que aunque la conoce no tiene cuenta creada o tiene cuenta pero no la utiliza. En el caso de Twitter, un 46,3% la utiliza a diario o más de una vez al día, un 12% entre 1 y 5 veces por semana, un 4,7% una vez por semana, un 4,3% entre 1 y 3 veces al mes, un 4,7% menos de una vez al mes y por último, un 28% que aunque la conoce no tiene cuenta o tiene cuenta pero no la utiliza. Whatsapp es uno de los más llamativos, el 90% de los alumnos participantes declara utilizarlo más de una vez al día (74%) o a diario (16%). Tan solo un 3,2% declara usar esta aplicación entre 1 y 5 veces por semana y un 6,8% afirma que aunque la conoce no la utiliza o no ha creado una cuenta en la aplicación. No ocurre lo mismo con el caso de Line, una herramienta de mensajería instantánea móvil con características similares a Whatsapp pero que no está tan popularizada entre los estudiantes participantes en nuestra encuesta, tan solo un 4,1% declara utilizarla a diario o más de una vez al día frente a un 75% que aunque la conoce no la utiliza o ni siquiera la ha instalado en su teléfono móvil.

Se ha preguntado por otras redes sociales de tipo generalista, como es el caso de Tuenti. Esta red social, de ámbito nacional, no es muy utilizada por los alumnos participantes. Tan solo un 1,8% la utiliza a diario o más de una vez al día y aunque los estudiantes declaran conocerla (solo un 1,2% ha afirmado que no la conoce), un 25% ha indicado que la conoce pero no ha creado ninguna cuenta y un 55% tiene cuenta pero no la utiliza.

Es necesario destacar los datos obtenidos en lo que respecta a una red social orientada al ámbito laboral como es Linked-in. Esta red es en la que mayor grado de desconocimiento hemos encontrado de todas por las que hemos preguntado. Concretamente un 40% declara que no la conoce, un 38% la conoce pero no tiene cuenta y un 13% tiene cuenta pero no la utiliza o la utiliza menos de una vez al mes. Tan solo un 1% de los participantes ha declarado que utiliza esta herramienta a diario o más de una vez al día.

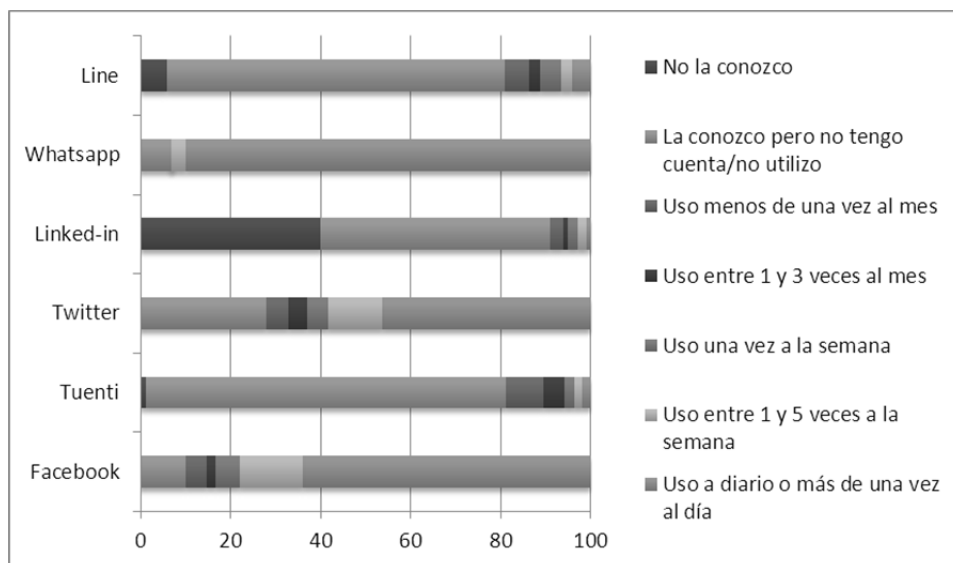


Gráfico 5. Porcentaje de conocimiento y frecuencia de uso de diferentes herramientas de red social y mensajería instantánea (móvil).

Dando un paso más respecto a los datos anteriores, nos interesa conocer si se usa este tipo de herramientas para la realización de tareas relacionadas con los estudios en la universidad. En general estas están muy poco utilizadas para las tareas de tipo más académico. Hemos encontrado que la que más se utiliza para este tipo de acciones es Whatsapp, concretamente un 37% la utiliza siempre o habitualmente, frente a un 63% que la utiliza nunca, casi nunca o algunas veces. Facebook es la siguiente más utilizada por los estudiantes participantes en sus tareas universitarias, aunque el porcentaje que la utiliza siempre o habitualmente es de un 14%, seguida de Twitter con un 9% que la utiliza con la misma frecuencia. LinkedIn es tan solo utilizada algunas veces (5,3%) o habitualmente (1,4%) para tareas académicas por un 6,7% de los alumnos, Tuenti solo la utiliza un 1% de forma habitual y por último Line con un 2,8% que la utiliza alguna vez o habitualmente (ver Gráfico 6).

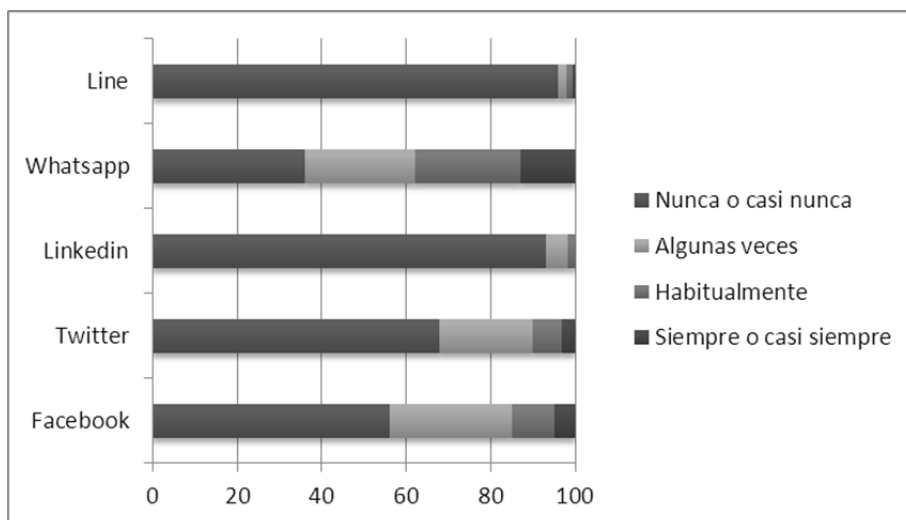


Gráfico 6. Frecuencia de uso de herramientas de red social y mensajería instantánea (móvil) para tareas académicas.

En último lugar nos interesó saber si los alumnos participantes comparten información de tipo académico en sus redes sociales, de forma pública o si por el contrario prefieren compartirlo a través de la red pero de forma privada. La respuesta es que a la hora de compartir material académico a través de la red, cuando lo hacen prefieren hacerlo de forma privada. El material académico que más se comparte de forma pública es documentación complementaria (un 10% lo hace habitualmente, casi siempre o siempre), seguido de los problemas y ejercicios con un 7,1% que lo comparte en esta misma frecuencia. Los exámenes y los apuntes son el tipo de información que menos se comparte de forma pública, tan solo un 5,5% afirma compartir exámenes en redes sociales habitualmente, casi siempre o siempre y un 5,4% comparte los apuntes con la misma frecuencia (ver Gráfico 7).

La situación cambia bastante cuando hablamos de compartir este material a través de la red pero empleando herramientas que permiten hacerlo de forma privada. El material que con mayor frecuencia se comparte de forma privada son los apuntes, concretamente un 41% lo hace habitualmente, siempre o casi siempre, seguido de un 38% que comparte material complementario en la misma frecuencia. A continuación siguen los problemas y ejercicios, compartidos de forma habitual por un 28% y siempre o casi siempre por un 10%. En el caso de los exámenes encontramos un 27% de los alumnos que lo hace de forma habitual, casi siempre o siempre (ver Gráfico 7).

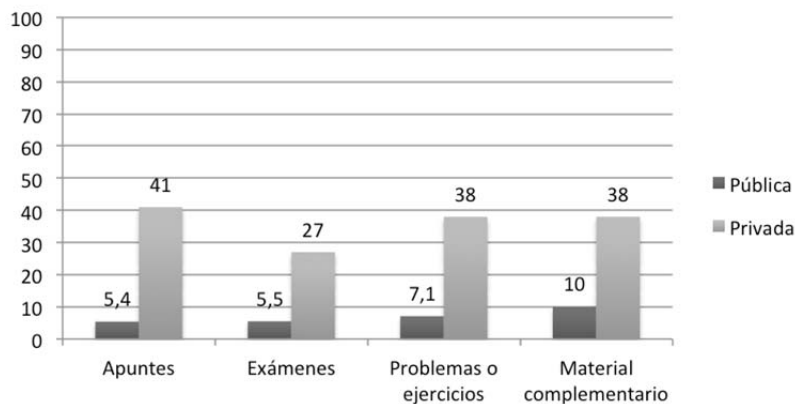


Gráfico 7. Porcentaje de alumnos que comparten su material académico privada y públicamente (habitualmente, casi siempre o siempre).

Discusión y conclusiones

Los datos que acabamos de presentar nos permiten hacernos una idea aproximada de la situación actual en la Universidad de Murcia respecto al uso de redes sociales por parte de sus alumnos.

El tipo de relaciones que establecen las personas en las redes sociales, suelen coincidir, como ya se han descrito en investigaciones anteriores (Boyd y Ellison, 2007; Sánchez, Prendes y Serrano, 2011; Erdem, 2013) en gran parte con aquellas relaciones e intereses que se evidencian en el mundo presencial. Las redes sociales basadas en perfiles como Facebook y Tuenti y Twitter, que permite la creación de redes de seguimiento de la actividad online de las personas (Castañeda y Gutiérrez, 2010), son herramientas bastante utilizadas por parte de nuestro estudiantes. Si bien es cierto que estos usos están mucho más relacionados con aspectos eminentemente lúdicos, de ocio y para la comunicación, hay un uso incipiente de éstas en algunas de las actividades de tipo más académico, como cuando se comparten opiniones y estados (pudiendo estar estos comentarios relacionados con actuaciones de tipo más educativo).

A pesar de lo anterior, cuando nos referimos al uso de redes sociales para aspectos de tipo académico, los estudiantes no actúan de forma tan proactiva, se comportan como *lurkers* (Castañeda, Gutiérrez y Román, 2014), lo cual no sólo nos dice cosas sobre la voluntad de los estudiantes, sino sobre su nivel de desarrollo en lo referido a la participación efectiva en red en un contexto de aprendizaje. Hemos de tener en cuenta que la participación efectiva en estos contextos de aprendizaje conectado no depende sólo de la voluntad de los participantes, exige de ellos el desarrollo de habilidades de comunicación, coordinación y regulación (De Laat y Lally, 2004). Nuestros resultados concuerdan con los encontrados por Gómez *et al.* (2012), pues en ambas investigaciones los estudiantes universitarios reconocen que el uso académico de estas herramientas es ciertamente escaso.

Los estudiantes universitarios que han formado parte de nuestro estudio no son conscientes del amplio abanico de posibilidades que Internet y en concreto las redes sociales pueden ofrecer desde el punto de vista profesional, ampliando los usos que se hacen de las mismas desde el punto de vista personal. El gran desconocimiento detectado en herramientas como Linked-in, que es una de las redes sociales profesionales más importantes en la actualidad, con más de 300 millones de usuarios que pueden crear su perfil desde el punto de vista profesional (Linkedin, 2014) nos demuestra que nuestros alumnos no se han planteado las ventajas que para su futuro profesional ofrecen las herramientas de este tipo. Este dato coincide con las conclusiones de Gallado (2012), quien señala que los denominados como "nativos digitales", a pesar de estar familiarizados con las tecnologías, no demuestran tener habilidades para un mayor aprovechamiento de éstas desde un punto de vista formativo; "nacer en la era digital no implica una mayor competencia digital" (p. 16).

Facebook y Twitter son las redes sociales más populares y utilizadas entre los estudiantes, quedando Tuenti muy por debajo en la frecuencia de uso declarada por parte de nuestros alumnos. Estos datos coinciden con el Estudio Anual de Redes Sociales al que hacíamos alusión anteriormente (IAB Spain, 2014) en el que se observa como Facebook y Twitter son herramientas más populares que Tuenti, que es conocida según los datos de este estudio por un 76% de la población mientras que Facebook se encuentra a la cabeza con un 99% seguida de Twitter con un 92%.

Algunas investigaciones (Alloway, Horton, Alloway y Dawson, 2013) indican que los estudiantes –de secundaria en concreto- que han utilizado Facebook durante más de un año tienen puntuaciones significativamente más altas en memoria de trabajo, capacidad verbal y ortografía. Sin embargo, los mismos estudios no hablan de diferencias significativas en las habilidades cognitivas o el rendimiento académico entre los que usan las redes sociales o las herramientas con red social subyacente de forma activa (publicando) o pasiva (sólo leyendo). Otros estudios (Ellison, Steinfield, y Lampe, 2011) inciden en el papel crucial de la participación en redes en la configuración de las relaciones sociales de los universitarios. Los datos que hemos encontrado en nuestro estudio nos muestran que las redes sociales se emplea por parte de los estudiantes desde un punto de vista más centrado en las relaciones sociales. En lo referido a su uso educativo, Facebook y Twitter son de las dos herramientas de red social más empleadas por los estudiantes para la realización de actividades académicas en la Universidad. Estos usos se centran preferentemente en la comunicación e incluso en la realización de trabajos grupales ya que a la hora de compartir materiales, exámenes y apuntes se opta con más frecuencia por la vía privada que por la pública. No olvidemos que estamos hablando de materiales que en la mayoría de los casos son privados y que la opción de compartirlos de este modo permite un mayor control y gestión de la información.

La telefonía móvil se ha convertido en uno de los fenómenos con mayor crecimiento en los últimos años y así lo demuestra el hecho de que el teléfono móvil es uno de los principales dispositivos con el que nuestros alumnos acceden a espacios sociales en red. Además de lo anterior hemos de hacer una mención especial a lo ocurrido con el fenómeno Whatsapp. Los datos obtenidos coinciden con los ofrecidos

por IAB Spain (2014) en los que se afirma que el 88% de la población usa esta herramienta, encontrando un 95% de uso de la misma entre la población de 18 a 30 años. Siguiendo con los datos del mismo estudio encontramos que un 59% de la población la considera una red social por la posibilidad que ofrece de comunicarse con otros, frente a un 41% que no la considera red social por su carácter más privado en forma de chat. Lo que sí es una realidad es que muchas de las acciones que de forma tradicional se han llevado a cabo a través de las redes sociales, como publicar estados o comentarios, conocer gente, comunicarse, para el ocio y la diversión, están empezando a ser realizadas con mayor frecuencia a través de herramientas de mensajería instantánea como Whatsapp (no ocurre lo mismo con herramientas de este tipo como Line).

Nuestros estudiantes están conectados en las redes sociales, de las que forman parte, en las que interactúan, se relacionan, conocen gente y aprenden. Experiencias como las llevadas a cabo por Santillán, Cornejo y Ausín (2012), Gutiérrez y Soto (2012), Túñez y Sixto (2012), Barajas y Álvarez (2013), nos muestran que es posible dar un paso más e intentar que estos espacios en los que los alumnos ya están y a los que acceden desde cualquier lugar y cualquier hora con sus dispositivos móviles, formen parte de su entorno académico. Aproximar el ámbito educativo a estos espacios, ya sea de forma más pública y horizontal con herramientas tipo Facebook o Twitter o por el contrario con herramientas de red social de carácter vertical como en la experiencia llevada a cabo por Pérez, Prendes y Jiménez (2013) con el Espacio 3.0, es una oportunidad para la mejora de los mismos y para hacer que la educación formal se integre en los mecanismos de relación y comunicación de lo más jóvenes.

Referencias bibliográficas

- AHN, J. (2011). The effects of social network sites on adolescents' social and academic development: current theories and controversies. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62 (8), 1435-1445.
- ALLOWAY, T., HORTON, J., ALLOWAY, R., Y DAWSON, C.(2013). Social networking sites and cognitive abilities: Do they make you smarter? *Computers & Education*, 63, 10-16. doi:10.1016/j.compedu.2012.10.03
- ARNAL, J., DEL RINCÓN, D. Y LATORRE, A.(1994). *Investigación educativa. Fundamentos y Metodología*. Barcelona: Labor.
- BARAJAS, F. y ÁLVAREZ, C. (2013). Uso de Facebook como herramienta en la enseñanza del área de naturales en el grado undécimo de educación media vocacional. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 42, 143-156.
- BISQUERRA, R. (2004). *Metodología de la investigación educativa*. Madrid: La Muralla.
- CARDONA, M.C. (2002). *Introducción a los métodos de investigación en Educación*. Madrid: EOS.

- CASTAÑEDA, L. y GUTIÉRREZ, I. (2010). Redes sociales y otros tejidos online para conectar personas. En Castañeda, L. (coord.). *Aprendizaje con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos* (pp. 17-40). Sevilla: MAD.
- CASTAÑEDA, L., GONZÁLEZ, V. y SERRANO, J.L. (2011). Donde habitan los jóvenes: precisiones sobre un mundo de redes sociales. En Martínez, F. y Solano, I. *Comunicación y relaciones sociales de los jóvenes en la red* (pp. 47-63). Alicante: Marfil.
- CASTAÑEDA, L., GUTIÉRREZ, I., y ROMÁN, M. (2014). Enriqueciendo la realidad: Realidad aumentada con estudiantes de educación social. *@tic. Revista D'innovació Educativa*, 0(12). doi:10.7203/attic.12.354
- DE KERCKHOVE, D. (1999). *La piel de la cultura: Investigando la nueva realidad electrónica*. Barcelona: Gedisa.
- DE LAAT, M. y LALLY, V. (2004). It's not so easy: Researching the complexity of emergent participant roles and awareness in asynchronous networked learning discussions. *Journal of Computer Assisted Learning*, 20 (3), 165-171.
- ELLISON, B., STEINFELD, C. y LAMPE, C. (2011). Connection strategies: Social capital implications of facebook-enabled communication practices. *New Media & Society*, 13(6), 873-892. doi:10.1177/146144481038538
- ERDEM, M. (2013). Usage purposes and perceived effects of social networks. *Hacettepe Universitesi Egitim Fakultesi Dergisi-Hacettepe University Journal Of Education*, 28(3), 137-15.
- GARCÍA, M., IBÁÑEZ, J. y ALVIRA, F. (1994). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.
- GARRISON, D.R. y ANDERSON, T. (2010). *El e-learning en el siglo XXI. Investigación y práctica*. Barcelona: Octaedro.
- GÓMEZ, M.; ROSES, S. y FARIAS, P. (2012). El uso académico de las redes sociales en universitarios. *Comunicar, Revista Científica de Comunicación y Educación*. 38 (XIX), 131-138.
- GREENHOW, C. y ROBELIA, B. (2009) Old communication, new literacies: Social Network Sites as Social Learning Resources. *Journal of Computer Mediated Communication* 14, 1130-1161
- GUTIÉRREZ, I. y SOTO, F. (2012). Conectados: una experiencia de uso de Facebook con estudiantes de Pedagogía. *Los retos de la competencia digital: el cambio metodológico*. Actas de las IV Jornadas Nacionales TIC y Educación.
- HARGITTAI, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 276-297

- HEO, G. M. y LEE, R. (2013). Blogs and social network sites as activity systems: Exploring adult informal learning process through activity theory framework. *Educational Technology & Society*, 16(4), 133-145
- HERNÁNDEZ, F. (2001). *Bases metodológicas de la investigación educativa. Fundamentos*. Murcia: Diego Marín.
- KABILAN, M., AHMAD, N. y ABIDIN, M.(2010) Facebook: an online environment for learning of English in institutions of higher education. *Internet and Higher Education* 13, 170-187
- MADGE, .C., MEEK, J., WELLENS, J. y HOOLEY, T. (2009). Facebook, social integration and informal learning at university: `it's more for socializing and talking to friends about work than for actually doing work'. *Learning, Media and Technology* (34)2,141-155.
- MCMILLAN, J. y SCHUMACHER, S. (2007). *Investigación educativa*. Madrid: Pearson.
- NEWBY, P. (2010). *Research Methods for Education*. England: Pearson.
- PAREDES, J., DE LA HERRÁN, A. y VELÁZQUEZ, D. (2012). Generando una comunidad de práctica en una red social. Análisis de un caso. *Revista Complutense de Educación* (23) 1, 75-88.
- PRENDES, M.P. (2004). 2001: una odisea en el ciberespacio. En F. Martínez y M.P. Prendes (coords.). *Nuevas Tecnologías y Educación* (pp. 171-194). Madrid: Pearson.
- PRENDES, M.P. (2013). Las aplicaciones educativas de la Web Semántica. En Aguaded, I. y Cabero, J. (coords.): *Tecnologías y medios para la educación en la e-sociedad* (pp.289-315).Madrid: Alianza.
- SANTILLÁN, A., CORNEJO, C. y AUSÍN, S. (2012). Las Fan Page de Facebook como medio de difusión de la Enfermería Basada en la Evidencia. *Enfermería Global*.28, 74-81.
- SIEMENS, G. (2005). Connectivism: A learning theory for the digital age. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, (2)1, 3-10
- TORRES, A. y PRENDES, M.P. (2011).La respuesta para diversas preguntas: La Web 2.0. En Prendes, M.P. (Coord.). *Tecnologías, desarrollo universitario y pluralidad cultural* (pp. 119-131).Alicante: Marfil.
- TÚÑEZ, M. y SIXTO, 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.

Referencias digitales

- BOYD, D. y ELLISON, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, (13), 1, 210-230. Recuperado de <http://onlinelibrary.wiley.com/enhanced/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x/#Survey> (Consultado el 6 de marzo de 2014)
- CARRILLO, M., PRENDES, M.P y ESQUEMBRE, F. (2012). Red social para el aprendizaje: experiencia con alumnos de Matemáticas de la Universidad de Murcia. *X Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria*. Universidad de Alicante. Recuperado de <http://web.ua.es/en/ice/jornadas-redes-2012/documentos/oral-proposals/244819.pdf> (Consultado el 3 de marzo de 2014).
- GALLARDO, E.E. (2012). Hablemos de estudiantes digitales y no de nativos digitales. *Revista de Ciencies de l'Educació*. 7-21. Recuperado de <http://pedagogia.fcep.urv.cat/revistaut/revistes/2012juny/article01.pdf> (Consultado el 15 de diciembre de 2014).
- IAB (2014). *V Estudio Anual de Redes Sociales. Elogia*. Recuperado de <http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2014/04/V-Estudio-Anual-de-Redes-Sociales-versión-reducida.pdf> (Consultado el 3 de mayo de 2014).
- LÉVY, P. (2004). *La inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Recuperado de <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf> (Consultado el 12 de enero de 2014).
- O'REILLY, T. (2005). What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. O'Reilly Website, 30 de Septiembre. O'Reilly Media Inc. Recuperado de <http://oreilly.com/Web2/archive/what-is-Web-20.html> (Consultado el 4 de marzo de 2014).
- PÉREZ, M., PRENDES, M.P. y JIMÉNEZ, J. (2014). Espacio 3.0: una red social y colaborativa en la Universidad de Murcia. *II Congreso Internacional de Innovación Docente*. Murcia. Recuperado de http://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/39137/1/C138_espacio3.pdf (Consultado el 25 de mayo de 2014).
- ROIG, R., FERRÁNDEZ, S. Y FERRI, I. (2014). Assessment of Web Content Accesibility Levels in Spanish Official Online Education Environments. *International Education Studies*, (7) 6, 31-45. Recuperado de <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ies/article/view/34547> (Consultado el 4 de marzo de 2014).
- SÁNCHEZ, M., PRENDES, M.P. y SERRANO, J.L. (2011). Modelos de interacción de los adolescentes en contextos presenciales y virtuales. *Edutec-e. Revista electrónica de Tecnología Educativa*, 35. http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec35/pdf/Edutec-e_n35_Sanchez_Prendes_Serrano.pdf (Consultado el 4 de marzo de 2014).

UREÑA, A. (coord.) (2014). *La Sociedad en Red. Informe Anual 2013*. Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Gobierno de España. Recuperado de <http://www.slideshare.net/alfredovela/informe-anual-la-sociedad-en-red-2013-edicin-2014> (Consultado el 6 de marzo de 2014)

Correspondencia con los autores

M^a Paz PRENDES ESPINOSA
Dpto. Didáctica y Organización Escolar
Facultad de Educación
Campus de Espinardo
Universidad de Murcia
30100 Murcia
e-mail: pazprend@um.es

Isabel GUTIÉRREZ PORLÁN
Dpto. Didáctica y Organización Escolar
Facultad de Educación
Campus de Espinardo
Universidad de Murcia
30100 Murcia
e-mail: isabelgp@um.es

Linda CASTAÑEDA QUINTERO
Dpto. Didáctica y Organización Escolar
Facultad de Educación
Campus de Espinardo
Universidad de Murcia
30100 Murcia
e-mail: lindacq@um.es