

# Facebook como herramienta educativa en el contexto universitario

Mar IGLESIAS GARCÍA  
Universidad de Alicante  
mar.iglesias@ua.es

Cristina GONZÁLEZ DÍAZ  
Universidad de Alicante  
cristina.gdiaz@ua.es

## Resumen:

Esta investigación estudia el uso de Facebook por parte de los estudiantes de primero de grado de Publicidad y RR.PP (Universidad de Alicante) para el aprendizaje de la asignatura Comunicación y Medios Escritos. La metodología empleada es la encuesta, realizada a 76 alumnos durante el mes de Enero de 2013. Los resultados muestran una mejora del proceso de enseñanza-aprendizaje. La red social sirve para compartir materiales, prácticas y resolver dudas, incentivando el aprendizaje colaborativo. Los alumnos coinciden en el beneficio que supone el uso de Facebook para aprender la materia.

**Palabras clave:** Facebook; redes sociales; enseñanza-aprendizaje; docencia universitaria

## Facebook as an educational tool in the university context

### Abstract:

This research studies the use of Facebook by students in first course of Advertising Communication and Public Relations (University of Alicante) to learn the subject Communication and Media Writings. The methodology used is the survey of 76 students during the month of January 2013. The results show an improvement of the teaching-learning process. The social media used to share materials, practices and answer questions encouraging collaborative learning. Students agree that the benefit involves the use of Facebook to learn the subject.

**Key words:** Facebook; social media; teaching-learning; university

### Referencia normalizada:

Iglesias García, M. y González Días, C. (2014): Facebook como herramienta educativa en el contexto universitario. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 19. Núm. Especial Enero. Págs. 379-391.

**Sumario:** 1. Introducción. 1.1. Las redes sociales en el contexto universitario. 1.2. Facebook en la asignatura Comunicación y Medios Escritos. 2. Metodología. 2.1. Objetivos. 2.2. Creación del grupo de Facebook. 2.3. Metodología empleada. 3. Resultados. 3.1. Uso de Facebook en dispositivos. 3.2. Tipo de contenido y frecuencia de publicación. 3.3. Privacidad. 3.4. Facebook y sus usos docentes. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

## 1. Introducción

Las redes sociales son útiles para que un grupo de personas puedan potenciar su comunicación, sentirse parte de una comunidad y cooperar entre ellas en tareas comunes. Se definen como unos servicios web que permiten a los individuos, en primer lugar, construir un sistema público o semi-público dentro de un sistema limitado; en segundo lugar, permiten articular una lista de otros usuarios con los que compartir una conexión; y, por último, ver la lista de conexiones hechas por otros dentro del sistema (Boyd y Ellison, 2007: 211). De este modo, las redes sociales son “todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social” (Cobo y Pardo, 2007: 13).

Actualmente la lista de redes sociales vigentes es numerosa: Facebook, Twitter, LinkedIn, etc. Unas son genéricas y otras están especializadas en alguna temática, pero el elemento común que las define, sin lugar a dudas, es el claro protagonismo del usuario, que es quien va engrosando con sus contenidos (fotos, enlaces, comentarios...) las redes a las que pertenece (Nafría, 2007: 113; citado en García, 2008: 53). Además, tal y como expresa Ricardo y Chavarro (2010: 5-6) es una herramienta sencilla en el uso, con muchas aplicaciones, que no requiere conocimientos avanzados en informática, lo que la hace estar al alcance de prácticamente todo el mundo. Pero, el uso habitual que hacen los jóvenes de las redes sociales es el ocio y no parecen plantearse que también pueda servir para el aprendizaje (Espuny *et al.* 2011: 181).

### 1.1. Las redes sociales en el contexto universitario

El estudiante es el centro del proceso de enseñanza-aprendizaje en el Espacio Europeo de Educación Superior (EEES). Este cambio de paradigma educativo va unido a un cambio metodológico que debe potenciar el papel activo del alumnado, la iniciativa y el pensamiento crítico (Esteve, 2009). Este nuevo panorama hace que el uso de las redes sociales pueda jugar un importante papel con el fin de potenciar la motivación y la participación del alumnado en el proceso de aprendizaje, la interacción y la colaboración e intercambio de información, (Garrigós *et al.* 2010).

El reto del docente es encontrar la manera de aplicar nuevas formas de enseñanza-aprendizaje a esas redes sociales. Es por ello que se planteó la utilización de Facebook en la asignatura Comunicación y Medios Escritos, en primero de grado de Publicidad y RRPP, con el objetivo de motivar al alumnado y mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Esta investigación se enmarca en la red de investigación docente Comunic@ndo, que se creó en 2010 en el Programa de Redes de Investigación en Docencia Universitaria (organizado por el Instituto de Ciencias de la Ecuación (ICE) y financiado por el Vicerrectorado de Planificación Estratégica y Calidad de la Universidad de Alicante).

La elección de Facebook se ha hecho por ser esta red social un medio masivo, de gran impacto en especial entre los jóvenes y que se ha convertido en una plataforma de fácil acceso para todas las personas. Su interfaz amigable e interactiva es una de sus grandes cualidades (Piscitelli; Adarme; Binder, 2010). Además, Facebook ya está integrado en las prácticas diarias de los estudiantes y tiene el potencial de ayudar a perfeccionar sus habilidades de alfabetización digital, cada vez más importantes una vez que salen de la universidad (Ellison, 2007).

## 1.2. Facebook en la asignatura comunicación y medios escritos

La adaptación al EEES se inició en la Universidad de Alicante en el curso 2010-2011, y la Licenciatura de Publicidad pasó a ser el Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, en el que se encuentra la asignatura obligatoria Comunicación y Medios Escritos, en primer curso.

La nueva asignatura tiene como descriptor: “Estudio y capacitación en la tecnología, el análisis y la expresión en formas y medios impresos y electrónicos”, y el objetivo didáctico general es ofrecer una enseñanza actualizada, que tenga carácter práctico, que procure al alumno una capacitación para que sepa analizar, valorar y argumentar los acontecimientos que se producen en la sociedad, con unos planteamientos que tengan en cuenta la responsabilidad social del comunicador.

Los contenidos están dirigidos a conseguir que los alumnos comprendan que las distintas formas de la comunicación son otras tantas herramientas para que el comunicador pueda desarrollar y exponer sus contenidos. En el eje práctico destaca el objetivo de enseñar las técnicas de comunicación escrita: el tratamiento de las fuentes, los distintos géneros y la gestión de contenidos en todos sus aspectos.

Desde el punto de vista cognitivo, la finalidad de esta asignatura es ofrecer al alumno unos contenidos mínimos sobre estructuras, soportes, entornos, efectos e instrumentos metodológicos y teóricos relacionados con la comunicación que le permitan más tarde, en otras materias, adentrarse en aspectos mucho más detallados de lo que Comunicación y Medios Escritos les ha adelantado. De modo más específico, el alumno debe conocer y usar adecuadamente los recursos que posibiliten las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

La asignatura destaca por su capacidad para que el alumno conozca y utilice las posibilidades que la informática, en sus diferentes aplicaciones básicas, ofrece en su ámbito profesional. A su vez, se trata de que el alumno conozca las formas de expresión, los estilos y las estructuras internas y externas que adoptan los mensajes de actualidad y el resto de las unidades periodísticas, de los géneros informativos e interpretativos y de opinión, canalizados a través de la prensa, la radio, la televisión e Internet. Saber producir mensajes periodísticos adaptados a las características de los medios impresos e hipermedia es el objetivo final de la asignatura.

Todas estas características expuestas, al estar conectadas directamente con los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, hacen pensar que el uso de Face-

book en la asignatura puede conseguir una mayor comprensión de los contenidos, al aportar ejemplos reales a través de la red social. Consideramos que compartir las prácticas a través de Facebook puede enriquecer y ayudar a mejorar los trabajos de los alumnos, estableciendo también un foro de debate sobre aquellos temas que se eligen como más noticiosos. Así, partimos de la hipótesis de que el uso de un grupo de Facebook en la asignatura puede mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje en el alumnado, al ser una herramienta que los alumnos utilizan habitualmente, y que tiene múltiples posibilidades para compartir información, así como para el trabajo colaborativo.

La finalidad es que utilicen la red social no sólo de una manera lúdica, sino también para el aprendizaje, ya que el ámbito educativo debe aplicar los continuos avances tecnológicos que permean los diferentes sectores de la sociedad (Gómez; Roses; Farias, 2012).

## 2. Metodología

### 2.1. Objetivos

El objetivo general del estudio es conocer la utilidad del uso de un grupo de Facebook y el grado de aceptación por parte de los estudiantes de primero de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas que han cursado la asignatura de Comunicación y Medios Escritos durante el curso 2012/2013.

De forma específica se pretende:

1. Determinar si los estudiantes poseen un perfil en Facebook y el uso que hacen de él.
2. Observar para qué tipo de contenido lo usan y desde qué dispositivo/s (móvil, portátil, sobremesa y/o Tablet).
3. Analizar, en lo concerniente al grupo de Facebook creado con fines docentes, el uso que hacen de los diferentes contenidos a los que tienen acceso: 1) enlaces que se cuelgan en el grupo en relación con la materia; 2) anuncios publicados por la profesora; 3) plantear y solucionar dudas sobre la asignatura y/o 4) comunicarse con el resto de compañeros.
4. Estudiar el grado de utilidad percibido por los estudiantes en lo concerniente a mejora y facilidad de su proceso de enseñanza-aprendizaje en la asignatura.

### 2.2 Creación del grupo de facebook

Desde el primer día de clase, se informó a los alumnos de la existencia del grupo (creado con el mismo nombre de la asignatura) y se les instó a que se dieran de alta

para poder seguir los contenidos que se iban a publicar y que, al mismo tiempo, pudieran ellos hacer sus aportaciones.

Se trata de un grupo privado, al que únicamente tienen acceso los alumnos y los profesores. Por ese motivo, para formar parte del grupo no es necesario agregar como “amigos” a los alumnos desde el perfil del profesorado, ni entre ellos, lo que preserva la intimidad de todos, ya que únicamente se comparten y son vistos los contenidos del grupo, evitando problemas de privacidad.

A lo largo de todo el cuatrimestre, los alumnos han compartido el contenido de sus prácticas con sus compañeros, algo que antes sólo enviaban a la profesora para su evaluación. De esta manera han podido ver qué trabajos han hecho los demás, han solventado dudas entre ellos y han consultado con la profesora aquellas cuestiones que han ido surgiendo.

La principal actividad desarrollada ha sido compartir las prácticas de redacción de un reportaje, una noticia y una entrevista. Esto ha facilitado que se hicieran comentarios entre el alumnado, así como de la profesora, que ha indicado cómo mejorarlos.

Por parte de la profesora, también se han compartido enlaces de interés para la asignatura, desde webs para mejorar la ortografía y la gramática, hasta artículos periodísticos que han servido de ejemplo para elaborar las prácticas. También se han compartido fotografías de otras actividades realizadas en clase, como por ejemplo, la puesta en escena de una rueda de prensa.

El número de “posts” o mensajes que ha generado el grupo ha sido de más de 500, una cifra elevada, teniendo en cuenta que los estudiantes debían únicamente compartir tres prácticas cada uno, lo que indica un interés más allá de mostrar sus prácticas y que han participado con otros contenidos. Las características de los grupos de Facebook permiten saber cuántos miembros han entrado y han visionado los contenidos. En este caso, la mayoría de los mensajes contabilizan un visionado de entre 82 y 86 miembros del grupo, casi la totalidad del alumnado, aunque eso no asegura que hayan profundizado en ellos.

### 2.3 Metodología empleada

La metodología empleada para llevar a cabo esta investigación ha sido la encuesta. El cuestionario se compone de 20 preguntas (19 construidas con respuestas cerradas y 1 con la opción de respuesta abierta). Las preguntas realizadas han sido agrupadas en cuatro bloques temáticos: 1) posesión de cuenta en Facebook y frecuencia de uso; 2) dispositivo a través del que se accede a la red social; 3) uso, contenido y privacidad de la red; 4) opinión por parte del alumno del uso de Facebook sobre los fines docentes llevados a cabo a lo largo del curso.

La encuesta se administró a los alumnos de primero de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas que estaban cursando la asignatura de Comunicación y Medios Escritos durante el curso académico 2012/2013, y se realizó a través del Campus Virtual de la Universidad de Alicante, durante el mes de enero de 2013 (tras acabar

el cuatrimestre). Participaron en la investigación un total de 76 alumnos, de los 85 matriculados. Las respuestas obtenidas fueron volcadas y procesadas con el programa de tratamiento estadístico de datos SPSS y al conjunto de datos recopilados se les ha aplicado un análisis estadístico univariable y bivariable.

### 3. Resultados

La gran mayoría de los estudiantes encuestados (97,6%) ya poseían un perfil en Facebook antes de iniciar la asignatura y también una mayoría de ellos, el 76,6%, lo usan varias veces al día. En porcentajes muy inferiores se encuentran aquellos que lo usan solamente una vez al día (14,3%) o que su uso es prácticamente anecdótico (5,2%). Cabe señalar que únicamente 2 estudiantes (2,6%) no tenían un perfil en Facebook y tuvieron que abrirse una cuenta expresamente para cursar la asignatura.

#### 3.1 Uso de facebook en dispositivos

El ordenador portátil es el principal dispositivo a través del cual los alumnos se conectan a la red social (69,20%) y le siguen aquellos que se conectan a través del móvil (46,20%). Un menor porcentaje de estudiantes usa Facebook a través del ordenador de sobremesa (31,20%) y utilizan una tableta sólo el 9%. En este sentido cabe destacar que un 10,30% de los alumnos encuestados no tiene conexión a Internet a través del móvil, el 39% afirma que no tiene ordenador de sobremesa y un 70,50% no tiene tableta (Ver tablas 1, 2, 3 y 4).

Tabla 1. Uso del Facebook a través del móvil

Uso Facebook Móvil	Porcentaje Válido
Sí, y lo uso varias veces al día	46,20%
Sí, sólo lo uso una vez al día	10,30%
Sí, y no lo uso apenas	33,30%
No tengo internet en el móvil	10,30%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Uso del Facebook a través del portátil

Uso Facebook Portátil	Porcentaje Válido
Sí, y lo uso varias veces al día	69,20%
Sí, sólo lo uso una vez al día	12,80%
Sí, y no lo uso apenas	9%
No tengo portátil	9%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Uso del Facebook a través del ordenador sobremesa

Uso Facebook ordenador sobremesa	Porcentaje Válido
Sí, y lo uso varias veces al día	31,20%
Sí, sólo lo uso una vez al día	6,50%
Sí, y no lo uso apenas	23,40%
No tengo ordenador de sobremesa	39%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 4. Uso del Facebook a través de tableta

Uso Facebook tableta	Porcentaje Válido
Sí, y lo uso varias veces al día	9%
Sí, sólo lo uso una vez al día	6,40%
Sí, y no lo uso apenas	14,10%
No tengo tableta	70,50%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

### 3.2 Tipo de contenidos y frecuencia de publicación

El segundo apartado de la encuesta estudia los tipos de contenidos (fotos, vídeos musicales, enlaces a noticias) que los alumnos comparten en su cuenta de Facebook, así como la frecuencia de los mismos. El mayor porcentaje lo encontramos en el contenido fotos (ver tabla 5), ahora bien, la mayoría de los alumnos admiten compartirlas sólo cuando asisten a un acto interesante (46,20%).

Tabla 5. Contenido compartido en Facebook: fotos

Fotos	Porcentaje Válido
Todos los días	3,80%
Una o dos veces a la semana	19,20%
Cuando asisto a un acto interesante	46,20%
Casi Nunca	29,50%
Nunca	1,30%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

Profundizando en este apartado, también se preguntó a los estudiantes por el tema que contienen esas fotos. Las vinculadas con los amigos suelen ser las más frecuentes. Así, este tipo de fotos suelen compartirse cuando hay un acto importante (63,9%); una o dos veces a la semana (53,3%) o todo los días (33,3%). También destaca la asiduidad con la que se comparten fotos relacionadas con aficiones y ocio, ya que el 46,7% admite ponerlas una o dos veces a la semana (Ver tabla 6).

Tabla 6. Temática fotos y frecuencia

TEMA		Todos los días	1/2 a la semana	Acto Importante	Casi Nunca	Nunca	Total
Amigos		1	8	23	8	0	40
	%	33,3%	53,3%	63,9%	34,8%	0%	51,30%
Familia		1	0	0	0	0	1
	%	33,3%	0 %	0 %	0 %	0%	1,30%
Estudios		0	0	2	5	1	8
	%	0 %	0 %	5,60%	21,7%	100%	10,30%
Afición		1	7	11	10	0	29
	%	33,3%	46,7%	30,60%	43,5%	0%	37,2%
Total		3	15	36	23	1	78
	%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración propia. (P= 0,001,  $\chi^2 = 42,89a$ )

También es frecuente que compartan, una o dos veces a la semana, los enlaces a noticias (38,50%) y los vídeos musicales (35,90%). Sin embargo, en este apartado es mayor el porcentaje de los estudiantes que apenas comparten estos contenidos. Es el caso del 42,3%, que afirma no compartir “casi nunca” vídeos musicales, o el 41%, que no comparte “casi nunca” enlaces a noticias (Ver tablas 7 y 8).

Tabla 7. Contenido: vídeos musicales.

Vídeos musicales	Porcentaje válido
Todos los días	5,1%
Una o dos veces a la semana	35,9%
Casi nunca	42,3%
Nunca	16,7%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8. Contenido: enlaces a noticias.

Enlaces a noticias	Porcentaje válido
Todos los días	7,7%
Una o dos veces a la semana	38,5%
Casi nunca	41%
Nunca	12,8%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

### 3.3 Privacidad

La privacidad preocupa mucho a un 62,8% de los alumnos encuestados. Sin embargo, sorprende el dato de un 33,3% que admite que la privacidad y seguridad a través del Facebook les preocupa poco. Los porcentajes se elevan considerablemente cuando se les pregunta si han tomado algún tipo de medida para preservar su privacidad en la red social. Más de la mitad (76,6%) admite haber configurado su perfil para



que únicamente lo puedan ver sus amigos, mientras que un 11,7% ha configurado su perfil en “modo abierto” para que lo pueda ver todo el mundo. A este porcentaje se añade que un 5,2% (tan sólo 4 alumnos) admite no haber configurado su privacidad por no saber cómo hacerlo, y un 6,5% no lo han configurado porque no le da importancia a ese hecho.

### 3.4. Facebook y sus usos docentes

Los resultados indican también que los alumnos no hacían un uso genérico de la red social con fines educativos, antes de cursar la asignatura en la que obligatoriamente tenían que hacerse un perfil de Facebook. En este caso, sólo un 35,9% admite el uso de la red social con finalidad docente antes de comenzar la materia, y este porcentaje es superado por aquellos alumnos que la utilizan con este objetivo poco (42,3%) o nada (21,8%).

Una vez elaborado el grupo de Facebook para la asignatura Comunicación y Medios Escritos, los alumnos realizan su consulta con bastante asiduidad. Así, un 44,9% consulta el grupo una o dos veces a la semana, y un 42,3% lo hace todos los días, y únicamente el 12,80% lo consulta para entregar un trabajo (Ver tabla 9).

Tabla 9. Frecuencia de consulta del grupo de Facebook de la asignatura

Consulta grupo de Facebook	Porcentaje válido
Todos los días	42,3%
Una o dos veces a la semana	44,9%
Sólo cuando tengo que entregar un trabajo	12,8%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia

En el grupo de Facebook se compartieron enlaces relacionados con la asignatura y los alumnos expusieron dudas, que fueron contestadas, bien por el resto de compañeros, bien por el profesorado. También se usó este grupo para que los estudiantes compartieran determinadas prácticas, de tal manera que el resto las pudiera ver. Esta investigación determina que la mayoría de los alumnos (70,50%) ha utilizado el grupo para compartir enlaces cuando debe entregar una tarea de la asignatura, y a porcentajes más inferiores queda relegado el uso de compartir enlaces frecuentemente (9%) y una o dos veces a la semana (16,70%).

Situación parecida se produce cuando el objetivo de entrar en el grupo es para consultar dudas: casi la mitad de los alumnos (41,6%) lo hace cuando tiene que entregar un trabajo; un 27,3% consulta dudas una o dos veces a la semana; mientras que el 16,9% usa Facebook para consultarlas frecuentemente, y un 14,3% admite que nunca usa el grupo para consultar dudas.

En lo que respecta a la percepción del alumno de si el grupo creado *ex profeso* para la materia le ha supuesto mejoras en su proceso de enseñanza-aprendizaje, casi las tres cuartas partes del alumnado (71,8%) admite que la creación de este grupo ha mejorado mucho la comunicación con el profesor. Un 26,9% creen que Facebook ha

mejorado la comunicación con el profesor más bien poco y tan sólo un alumno cree que no ha mejorado nada.

La visión general de estas cifras es similar si se trata de la percepción que tienen los alumnos de la mejora de la comunicación con el resto de compañeros: la mayoría (66,7%) admite que ha mejorado mucho, un 32,1% cree que ha mejorado poco y sólo un alumno cree que no ha mejorado nada.

De forma genérica, se pregunta también a los alumnos si creen que el grupo de Facebook les ha facilitado el proceso de enseñanza-aprendizaje de la asignatura. La inmensa mayoría (75%) considera que ha mejorado mucho (ver tabla 10).

Tabla 10. Percepción de mejora del estudiante gracias al grupo de Facebook.

Opinión estudiante y mejora asignatura	Porcentaje válido
Mucho	75%
Poco	21,1%
Nada	3,9%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia.

Además, cabe resaltar que un 43,5% de los estudiantes afirma que ahora utiliza todos los días Facebook para temas relacionados con el estudio y un 32,1% lo hace una o dos veces a la semana. Es decir, al margen de que tengan que entregar trabajos de forma obligatoria por esta vía, el grupo de la asignatura ha sido utilizado por los alumnos como una herramienta más para abordar su aprendizaje.

#### 4. Conclusiones

La investigación muestra que la mayoría de los encuestados tiene perfil de Facebook y que lo visita varias veces al día, principalmente a través de su ordenador portátil y teléfono móvil. Además, le preocupa la privacidad en la red social y toma medidas para preservarla. En lo concerniente a contenidos y temática, se observa que lo que más se comparte son fotos de amigos, bien cuando se asiste a un evento importante, o bien una o dos veces a la semana. Estos datos indican que los encuestados usan la red social especialmente para el ocio, tal y como ya apuntábamos en investigaciones anteriores (Iglesias y González, 2012: 114).

Los resultados indican, además, que el grupo de Facebook creado en el contexto de la asignatura ha sido una herramienta útil para implementar el uso colaborativo de la red social y que ha mejorado el proceso de enseñanza-aprendizaje. La posibilidad de plantear y resolver dudas a la profesora y a los propios compañeros han sido factores determinantes para que el alumnado perciba como útil la creación de este grupo: mayoritariamente admiten que han mejorado las relaciones entre los propios compañeros y con la profesora, a la que perciben como más accesible y cercana. Estas conclusiones se asemejan a las obtenidas en las investigaciones llevadas a cabo

por Ellison (2007) y Abuín (2009). También la posibilidad de compartir materiales audiovisuales y artículos de interés, para la formación en la materia, ha potenciado su motivación, lo que ha dado como resultado una mayor implicación en la elaboración de las prácticas.

Al igual que exponen Espuny *et al.* (2011) se ha comprobado que los procedimientos didácticos amparados en el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación suscitan un interés que las metodologías tradicionales no tienen. El valor añadido de las redes sociales es que tienen un atractivo que parte del acercamiento entre aprendizaje formal e informal, en la sencillez y el fomento de la comunicación entre alumnos, en la capacidad de descentralización y modulación de las actividades dentro y fuera del aula, entre los que destaca la facilidad para compartir contenidos y generar foros de discusión. Los estudiantes, a través del grupo de Facebook, además de obtener conocimiento propio de la materia, y verlo de una manera teórico-práctica, han utilizado diferentes herramientas de la Web 2.0 tales como Youtube, entre otras, lo que les ha permitido desarrollar habilidades técnicas, relacionadas con los contenidos de la asignatura.

Consideramos que esta primera experiencia con Facebook en la asignatura ha sido muy positiva y se ha conseguido que el alumno acepte y materialice el potencial educativo de las redes sociales. Además, comprobamos que los alumnos no tienen una actitud negativa respecto al uso didáctico de las redes sociales, tal y como se muestra también en las investigaciones de Espuny *et al.* (2011) y Gómez; Roses y Farias (2012).

Dados los buenos resultados, en próximos cursos se seguirá implementando Facebook en la asignatura Comunicación y Medios Escritos y en un futuro próximo se iniciará el uso Twitter con fines docentes. El planteamiento para el futuro es hacer uso de las dos redes sociales, pero de una manera diferenciada, ya que tienen características distintas. Mientras Facebook se centra más en compartir contenidos, conversaciones y trabajo colaborativo, Twitter es utilizado más como medio de comunicación del que obtener y en el que difundir información de interés.

Como afirma Duart (2009), la verdadera transformación se encuentra en la dinámica educativa, en el proceso educativo que se desarrolla en el aula y, hoy cada vez más, fuera de ella. El uso activo y social de las redes no puede ser ignorado en las planificaciones docentes, aunque debe reconocerse que requiere de una mayor dedicación por parte del profesorado fuera del aula.

## 5. Bibliografía

- ABUÍN, N. (2009). “Las redes sociales como herramienta educativa en el ámbito universitario”. En *Revista Electrónica de ADA-Madrid*, nº 3, Madrid: ADA-Madrid. p. 199-205. Disponible en: <http://polired.upm.es/index.php/relada/article/view/78/78> [5-09-2013].
- BOYD, D.; ELLISON, N. (2007). “Social Network sites: Definition, History, and Scholarship. En *Journal of Computer-Mediated Communication*, nº 1, Weinheim: Wiley online library. p. 210-230
- COBO ROMANÍ, C.; PARDO KUKLINSKI, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Barcelona: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic y Flasco México.
- DUART MONTOLIU, J. M. (2009). “Internet, redes sociales y educación”. En *Revista Universidad y Sociedad del Conocimiento*, nº 1, Barcelona: UOC. p. 1-3.
- ELLISON, N. (2007). “ECAR: Facebook as a teaching tool?” Disponible en: <http://nellison.blogspot.com/2007/12/ecar-facebook-as-teaching-tool.html>. [5-09-2013].
- ESPUNY, C. (et al.) (2011). “Actitudes y expectativas del uso educativo de las redes sociales en los alumnos universitarios”. En *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, nº 1, Barcelona: UOC. p. 171-185.
- ESTEVE, F. (2009). “Bologna y las TIC: de la docencia 1.0 al aprendizaje 2.0”. En *La Cuestión Universitaria*, nº 5, Madrid: Cátedra Unesco de Gestión y Política Universitaria.sn
- GARCÍA SANS, A. (2008). “Las redes sociales como herramienta para el aprendizaje colaborativo: una experiencia con Facebook”. En *Revista RE, Presentaciones, Periodismo, Comunicación y Sociedad*, nº 5, Santiago: USACH. p. 49-63.
- GARRIGÓS, I. (et al.) (2010). “La influencia de las redes sociales en el aprendizaje colaborativo”. En *Jornadas de Enseñanza Universitaria de la Informática*, Santiago de Compostela. Disponible en: <http://upcommons.upc.edu/revistes/bitstream/2099/11859/1/p67.pdf>. [4-09-2012]
- GÓMEZ, M.; ROSES, S.; FARIAS, P. (2012). “El uso académico de las redes sociales en universitarios”. En *Comunicar*, nº 38, Huelva: Grupo Comunicar. p. 131-138
- IGLESIAS, M.; GONZÁLEZ, C. (2012). “Radiografía del consumo de medios de comunicación en estudiantes universitarios”. En *ICONO 14*, nº 3, Madrid: Asociación Científica ICONO 14. p. 100-115. Disponible en: <http://www.icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/212/382> [5-09-2013].
- NAFRÍA, I. (2007). *Web 2.0, El usuario es el rey*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000, Planeta de Agostini.
- PISCITELLI, A.; ADAIME, I.; BINDER, I. (2010). *El proyecto Facebook y la postuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Madrid: Ariel.
- RICARDO, C.; CHAVARRO, A. (2010). “El uso de Facebook y twitter en educación”. En *Instituto de Estudios en Educación-IESE*, nº 11, Monterrey: Universidad del Norte.p.1-9

## Las autoras

Mar Iglesias García. Profesora Contratada Doctora en la Universidad de Alicante, licenciada en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid y Especialista Universitario en Aplicaciones Educativas de las TIC. Ha trabajado diez años como periodista en *Ràdio Nou* y ha colaborado en publicaciones como *Expansión* y *El Periódico*, entre otras. Es profesora en el Departamento de Comunicación y Psicología Social y dirige el ciberperiódico *Comunic@ndo*. Sus líneas de investigación son ciberperiodismo y la aplicación de las TIC a la educación y a la publicidad. Fruto del interés por estas materias son sus aportaciones en revistas científicas y participación en diversos proyectos de investigación sobre estas temáticas.

Cristina González Díaz. Doctora por la Universidad de Alicante (2011). Profesora Ayudante Doctora en esta universidad. Sus principales líneas de investigación versan: por un lado, sobre el estudio de la publicidad de alimentos de forma genérica y aquella centrada en el público infantil de forma específica; por otro lado, en la investigación sobre innovación educativa en el contexto universitario. Es miembro de la red de innovación docente *Comunic@ndo* y del grupo de Innovación Tecnológico-Educativa (GITE), ambos financiados por la Universidad de Alicante. Ha participado en diversos congresos nacionales e internacionales e, igualmente, cuenta con diversas publicaciones en revistas.