

**Redes sociales en el ámbito universitario.
El caso de la Universidad Europea de
Madrid**



**TRABAJO FINAL DE MÁSTER EN COMUNICACIÓN Y
EDUCACIÓN EN LA RED**

**SUBPROGRAMA DE TECNOLOGÍAS DIGITALES EN LA SOCIEDAD DEL
CONOCIMIENTO**

(Curso 2011/2012)

AUTOR: [Gema Santiago Gómez](#)

DIRECTOR DE PROYECTO: [Jose Antonio Gabelas Barroso](#)

“Los nuevos sistemas de comunicación deberían ofrecer a los miembros de una comunidad los medios para coordinar sus interacciones en el mismo universo virtual de conocimientos. No se trataría pues solo de concebir el mundo físico ordinario, sino también de permitir a los miembros de colectivos delimitados de interactuar dentro de un paisaje móvil de significaciones.”

(Lévy, 2004: 20)

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS.....	4
ÍNDICE DE FIGURAS	5
1 INTRODUCCIÓN	7
2 PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	15
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	15
2.2 OBJETIVOS.....	18
2.3 UNIVERSO DE ESTUDIO	19
2.4 BASE TEÓRICA Y EMPÍRICA	27
2.5 RELEVANCIA DE LA INVESTIGACIÓN.....	28
2.6 ESTRUCTURA DEL TRABAJO	29
3 ESTADO DE LA CUESTIÓN	31
3.1 CONCEPTO DE “REDES SOCIALES VIRTUALES”	31
3.1.1 <i>Breve historia de las redes sociales en internet</i>	31
3.1.2 <i>concepto de redes sociales virtuales</i>	40
3.2 COMUNIDADES DE APRENDIZAJE.....	44
3.3 REDES SOCIALES MÁS UTILIZADAS EN EDUCACIÓN SUPERIOR	54
3.4 OTRAS EXPERIENCIAS DE ÁMBITO ACADÉMICO UNIVERSITARIO	58
3.4.1 <i>Universidades de ámbito nacional</i>	58
3.4.2 <i>Universidades de ámbito internacional</i>	65
4 METODOLOGÍA.....	67
4.1 JUSTIFICACIÓN DE ESTUDIO SOCIOLÓGICO	70
4.2 FASE PILOTO DE IMPLANTACIÓN	76
5 ANÁLISIS REALIZADOS	81
5.1 ANÁLISIS DE FIABILIDAD Y VALIDEZ DEL CUESTIONARIO	81
6 RESULTADOS OBTENIDOS	86
6.1 ESTUDIO PREVIO DE NECESIDADES.....	86
6.2 DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE LAS PRIMERAS FUNCIONALIDADES.	97
6.3 PRIMERAS EXPERIENCIAS CON USUARIOS.....	105
7 CONCLUSIONES	108
8 BIBLIOGRAFÍA.....	114
9 WEBGRAFÍA.....	116
10 ANEXOS.....	120

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.	DETALLE DE LA MUESTRA DE USUARIOS PARA PRUEBA PILOTO	78
TABLA 2.	ALUMNOS SELECCIONADOS SEGÚN NIVEL ACADÉMICO/PROGRAMA.	78
TABLA 3.	ÍNDICE DE HOMOGENEIDAD DE LOS ÍTEMS DEL BLOQUE 1 “USO DE SERVICIOS ONLINE”. 83	83
TABLA 4.	ÍNDICE DE HOMOGENEIDAD DE LOS ÍTEMS DEL BLOQUE 2 “TIPOS DE REDES SOCIALES”. 84	84
TABLA 5.	ÍNDICE DE HOMOGENEIDAD DE LOS ÍTEMS DEL BLOQUE 3 “CONTEXTO DE USO DE REDES SOCIALES”.....	84
TABLA 6.	ÍNDICE DE HOMOGENEIDAD DE LOS ÍTEMS DEL BLOQUE 4 “USO DE SERVICIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL”.....	85
TABLA 7.	ÍNDICE DE HOMOGENEIDAD DE LOS ÍTEMS DEL BLOQUE 5 “VALORACIÓN DE LAS REDES SOCIALES”.....	85
TABLA 8.	DISTRIBUCIÓN DE ESTUDIANTES Y DOCENTES SEGÚN EDAD.....	87
TABLA 9.	DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS ENTRE ESTUDIANTES Y DOCENTES 88	88
TABLA 10.	ESTUDIANTES Y PROFESORES QUE TIENEN AGREGADOS A COMPAÑEROS DE CLASE Y/O PROFESIÓN EN REDES SOCIAES.....	89
TABLA 11.	REDES SOCIALES COMERCIALES MÁS UTILIZADAS	92
TABLA 12.	ACTIVIDADES PARA LAS CUALES SE DAN USO LAS REDES SOCIAES.....	93
TABLA 13.	RESPUESTAS A LA PREGUNTA ABIERTA SOBRE FUNCIONALIDADES DESEABLES PARA UNA RED SOCIAL DE CARÁCTER UNIVERSITARIO.....	95
TABLA 14.	OTROS ASPECTOS NEGATIVOS PARA LA UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIAES... 96	96

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1.	IMAGEN DE LA WEB LUNARSTORM.....	33
FIGURA 2.	EVOLUCIÓN DE LAS REDES SOCIALES EN ESPAÑA 2011.	35
FIGURA 3.	IMAGEN DE REDES SOCIALES EN INTERNET	40
FIGURA 4.	IMAGEN DE LA PÁGINA PRINCIPAL DE EDU 2.0 EN SU VERSIÓN DE PRUEBAS.	56
FIGURA 5.	IMAGEN DE LA PÁGINA PRINCIPAL DE NING.	56
FIGURA 6.	IMAGEN DE LA PLATAFORMA ELGG	57
FIGURA 7.	IMAGEN DE LA PÁGINA PRINCIPAL DE LEARNHUB.....	58
FIGURA 8.	IMAGEN DE LA RED SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE VIGO	59
FIGURA 9.	DETALLE DE LA PÁGINA PRINCIPAL DE LA RED SOCIAL “SOCIEDAD Y TECNOLOGÍA”	62
FIGURA 10.	PORCENTAJE DE ALUMNOS SELECCIONADOS QUE CURSAS SUS TITULACIONES EN MODALIDAD ON-LINE O PRESENCIAL.	79
FIGURA 11.	DISTRIBUCIÓN DE PROFESORES Y ESTUDIANTES EN LA MUESTRA	79
FIGURA 12.	IMAGEN DE BANNER PARA UNIRSE A LA RED.	80
FIGURA 13.	CARTA INFORMATIVA DIRIGIDA A ESTUDIANTES SELECCIONADOS EN LA MUESTRA PILOTO.	81
FIGURA 14.	PORCENTAJE DE ENCUESTADOS SEGÚN PERFIL	86
FIGURA 15.	DISTRIBUCIÓN DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN FACULTAD/ESCUELA	86
FIGURA 16.	PORCENTAJE DE ESTUDIANTES ENCUESTADOS SEGÚN LA MODALIDAD DE IMPARTICIÓN. 87	
FIGURA 17.	FRECUENCIA CON LA SE UTILIZAN SERVICIOS ON-LINE PARA LA ACTIVIDAD UNIVERSITARIA DE FORMA ALTA O MUY ALTA	90
FIGURA 18.	FUNCIONALIDADES VALORADAS COMO ÚTILES O MUY ÚTILES PARA UNA RED SOCIAL UNIVERSITARIA.....	94
FIGURA 19.	ASPECTOS POR SUGIEREN RECHAZO PARA AL USO DE LAS REDES SOCIALES	95
FIGURA 20.	BUSCADOR DE AMIGOS Y GRUPOS.....	97
FIGURA 21.	SOLICITUD DE AMISTAD DE UN USUARIO.	98
FIGURA 22.	ENVÍO DIRECTO DE MANSAJES PARA SOLICITAR AMISTAD.....	98
FIGURA 23.	LISTADO DE AMISTADES DE UN USUARIO.....	98
FIGURA 24.	ICONO DE ACCESO RÁPIDO PARA VER EL LISTADO DE AMIGOS DE UN USUARIO.	99
FIGURA 25.	ICONO DE ACCESO RÁPIDO PARA VER LA MENSAJERÍA PERSONAL.	99
FIGURA 26.	DESPLEGABLE DE “MIS ESPACIOS” PARA LA GESTIÓN DE GRUPOS.	100
FIGURA 27.	ICONO DE ADMINISTRACIÓN DE GRUPOS.....	100
A CONTINUACIÓN SE DETALLAN LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS FUNCIONALIDADES PROPIAS PARA LA GESTIÓN Y CREACIÓN DE GRUPOS.....		100

FIGURA 28. FORMULARIO PARA LA CREACIÓN DE GRUPOS..... 101

FIGURA 29. OPCIONES DE PRIVACIDAD DEL GRUPO. 101

FIGURA 30. ICONO DE NOTIFICACIONES PENDIENTES Y SOLICITUDES DE PERTENENCIA A UN GRUPO O ESPACIO. 102

FIGURA 31. INTERFAZ PRINCIPAL DE UN GRUPO O ESPACIO. 102

FIGURA 32. OPCIONES DE COMPARTICIÓN DE ARCHIVOS Y CARPETAS DE UN ESPACIO..... 102

FIGURA 33. EJEMPLO DE MIEMBROS DE UN GRUPO O ESPACIO. 103

FIGURA 34. FOROS DE DISCUSIÓN DE UN ESPACIO..... 103

FIGURA 35. INTERFAZ PARA SUBIR ARCHIVOS PERSONALES..... 104

FIGURA 36. DETALLE DE LA BARRA SUPERIOR DE NAVEGACIÓN..... 104

FIGURA 37. DETALLE DE ICONOS DE ACCESO RÁPIDO..... 104

FIGURA 38. EVOLUCIÓN DE USUARIOS DE LA RED 105

FIGURA 39. PORCENTAJE DE MENSAJES ENVIADOS POR DOCENTES POR FACULTAD/ESCUELA
106

FIGURA 40. PORCENTAJE DE MENSAJES ENVIADOS POR ESTUDIANTES POR FACULTAD/ESCUELA. 107

FIGURA 41. EVOLUCIÓN DE ARCHIVOS SUBIDOS A LA RED 107

FIGURA 42. EVOLUCIÓN DE LAS RELACIONES DE AMISTAD ENTRE LOS USUARIOS. 108

1 INTRODUCCIÓN

Si algo caracteriza al ser humano por naturaleza es su carácter social, por su necesidad de tener relaciones interpersonales basadas en el acto de comunicación y transmisión de información entre individuos. Este aspecto propio de los seres humanos unido al auge de las tecnologías de la información y la comunicación, especialmente con la generalización del uso de Internet, ha supuesto un cambio trascendental en la sociedad actual en lo que al ámbito cultural, comunicacional y productivo se refiere.

En definitiva, los vertiginosos avances tecnológicos que se han visto impulsada por la convergencia de terminales y formatos, la llegada de la web 2.0 en el año 2004 y los sistemas de comunicación sociales, la compartición de documentos y la utilización de las nuevas redes, han cambiado nuestra sociedad.

Aunque este cambio social se ha dado principalmente en las sociedades avanzadas que se pueden permitir la infraestructura que supone la red de redes, gracias a estas transformaciones, se ha favorecido la inclusión en la sociedad del conocimiento de muchas personas que hasta ese momento no veían claro el beneficio de utilizar internet como medio de comunicación y de contacto con sus semejantes (Lara, P.J., Escribano, J.J., Santiago, G., Hernández, A., 2011). Pero como indica Castells, internet es un medio de comunicación, de interacción y de organización (Castells, 1999) y ha generalizado no sólo el acceso a la información, sino que también ha revolucionado las bases mismas de los sistemas de comunicación, pues ahora cualquier usuario de la red puede convertirse además de en receptor, en emisor de mensajes, compartiendo conocimiento de forma on-line en distintos entornos y comunidades, como en las redes sociales.

Si miramos más de cerca la influencia de las tecnologías en el ámbito de la educación, estas han evolucionado de una herramienta de gestión de información a un medio de comunicación y relación, que ofrece nuevas capacidades al estudiante. Algunos autores como Aranda (Aranda et al.2010) en su trabajo *Los jóvenes del siglo XXI: Prácticas comunicativas y consumo cultural*, concluyen que tras sus investigaciones que los jóvenes españoles hacen una “*extensión online de la vida offline*” (Sanchez Vera, Prendes Espinosa, & Serrano Sánchez, 2011). El motivo principal de esta extensión es

que determinadas herramientas tecnológicas como los móviles, los ordenadores o el propio uso de internet, tienen un alto nivel de integración en su vida cotidiana, siendo estas herramientas esenciales en relación con la sociabilidad de los y las adolescentes. Así, gracias a este conjunto de tecnologías, la comunicación entre todos los actores de la educación se ha vuelto más abierta, multidisciplinaria, multisensorial y se va integrando poco a poco en todas las actividades (Informe Horizon: Edición Iberoamericana , 2010, pág. 8). Esta integración en la vida cotidiana de los usuarios facilitan los aprendizajes informales, haciéndolo además de forma ubicua.

Otro de los aspectos más relevantes que están cambiando los sistemas educativos en general, incluida la educación superior es la percepción del espacio. No hace muchos años, cualquier entorno de aprendizaje se relacionaba de forma exclusiva como un espacio físico. Gracias a la llegada del *e-learning*, acompañado de la evolución de las plataformas de aprendizaje (*Learning management Systems*) y de nuevo, de los sistemas de comunicación que se ha establecido mediante los espacios de aprendizaje se tornan hacia áreas comunitarias, que al igual que en otros ámbitos sociales, se fundamentan en ámbitos colaborativos e interdisciplinarios. Así surge un nuevo concepto de universidad, la universidad Virtual, entendiendo por esta el *"conjunto de espacios, servicios, informaciones, comunicaciones, contenidos generados por personas que se sirven de técnicos informáticos y telemáticos, a partir de un entramado de estrategias orientadas a tomar, manipular, transferir y dirigir información, con la finalidad de transmitir conocimiento en unas coordenadas espacio-temporales asincrónicas y no físicas, tan reales como las presenciales"* (Gabelas J.A., 2002).

Esta evolución ha dado una vuelta más de tuerca a las metodologías de aprendizaje, generando un nuevo entorno híbrido de formación, a caballo entre lo presencial y lo virtual que es el llamado *blended-learning*, *b-learning*. Este novedoso formato, que ha sido especialmente reclamando por determinados perfiles de estudiantes que necesitan una mayor flexibilidad de los modelos educativos, ha proporcionado un distinto concepto de sistemas de enseñanza en el que se difuminan las fronteras de lo presencial y lo virtual, y que se da, de nuevo, gracias a las tecnologías de la comunicación.

El informe Horizon publicado en 2010, editado por un Consejo de expertos de reconocido prestigio que estudia mediante análisis cualitativo el estado de la educación en el ámbito tecnológico y las tendencias inmediatas en el ámbito iberoamericano, España y Portugal, apunta como futuro a corto plazo estimación aproximada de un periodo de un año) los entornos colaborativos de aprendizaje y los medios sociales como inmediatos pilares para el sector educativo y los procesos de enseñanza aprendizaje. De los medios sociales, señala la accesibilidad de estas herramientas a un gran número de usuarios y en especial, de las redes sociales, su facilidad para extender la publicación a cualquier parte de mundo:

“Las tecnologías de la web 2.0 han transformado el campo de los medios de comunicación haciendo confluir distintas herramientas que permiten la creación, la clasificación y el intercambio de contenidos generados por el usuario. Imágenes, vídeos, clips de audio, podcasts, presentaciones multimedia, etc. son hoy medios plenamente accesibles para cualquier internauta. Con suma facilidad, cualquier usuario de estas aplicaciones puede no sólo consultarlos, sino además producirlos, clasificarlos, crear colecciones compartidas, comentarlos, valorarlos, etc. Por una parte, el uso de estos medios amplía enormemente la diversificación de fuentes de información y la disponibilidad de recursos multimedia que eventualmente pueden ser adaptados para incorporarse en las propuestas pedagógicas. Por otra parte, permite convertirse en autores de diferentes tipos de objetos a profesores y a estudiantes, invitando a replantear el sentido mismo de los procesos de construcción de conocimiento en el ámbito académico. Por último, mediante la publicación en la red, los medios sociales amplían las posibilidades de difusión de las propias producciones, en las lenguas iberoamericanas, de manera gratuita (o muy económica) y a escala planetaria.”
(Informe Horizon: Edición Iberoamericana , 2010, pág. 8).

Estos expertos, hacen especial énfasis en la versatilidad de estas herramientas y su capacidad de adaptación mediante la integración de elementos multimedia en los modelos pedagógicos de la educación superior. Entre sus aspectos más importantes, se hace referencia a su utilidad para evaluar trabajos de forma colectiva y gestionar altos

volúmenes de información utilizando etiquetas: *” Mediante el uso de los diversos servicios propios de las tecnologías digitales y en particular de las redes sociales, los internautas han aprendido a depositar parte de sus conocimientos y estados de ánimo en la red, aunque este aprendizaje se realice en la mayoría de ocasiones de forma autodidacta mediante el propio proceso de socialización virtual. A cambio, estos usuarios entre los que se encuentran los alumnos pertenecientes a las comunidades universitarias, obtienen una recompensa basada en mayor cantidad de conocimientos y reconocimiento social. Así, se da una actividad colaborativa cuyo pilar principal son estructuras sociales informales virtuales mediante herramientas tecnológicas”* (Parra Castrillón E., 2010). Destaca por tanto de estos medios sociales, su capacidad de integrar las motivaciones de los estudiantes, además de adaptarse con facilidad a las distintas condiciones de aprendizaje y personales de alumnos y alumnas. Todo ello hace que las redes sociales sean consideradas por muchos expertos como sistemas óptimos para desarrollar aprendizajes complejos y difuminar las barreras entre el aprendizaje formal e informal.

La sociedad cambia y nuestros estudiantes también, probablemente a un ritmo mucho más rápido de lo que lo está haciendo la educación superior en estos momentos. Por ello, destaca la importancia de que futuras generaciones no sólo adquieran competencias sociales de aprendizaje en grupo, si no también lograr competencias digitales en lo que a generación y compartición de información y contenidos se refiere, si desean adaptarse a este nuevo contexto social. Es en este ámbito donde las comunidades virtuales de aprendizaje toman especial relevancia como futuro inmediato dentro de todos los ámbitos de aprendizaje, ya sean formales o informales.

Pese a este retraso que parece manifestar la educación superior en lo que ha incorporación de las TICs se refiere, Internet ha supuesto una transformación sin precedentes. Los nuevos sistemas telemáticos han propiciado un entorno en el que la información de cualquier área de conocimiento está al alcance de cualquiera que disponga de un procesador con conexión a la red. Esta nueva situación está impulsando la evolución de nuevos modelos comunicativos en el sistema educativo, también en el universitario, que propicia un nuevo rol tanto de docentes como de estudiantes. Así, el

rol de docente se ha visto obligado a evolucionar de un trasmisor de conocimientos técnicos a un mediador cognitivo. Este no es el único rol que se ve afectado. Los estudiantes pasan de tener una actitud pasiva en relación a su aprendizaje a un rol más activo, pues anteriormente el docente era una de las escasas referencias, junto con la bibliografía específica de la disciplina científica en cuestión, para tener un acceso a ciertos conocimientos.

Esta ruptura de los roles y sistemas de comunicación tradicionales, permite que cualquier estudiante pueda acceder al website del profesor en cuestión y lo que puede llegar a ser más relevante, a cualquier website del mundo, teniendo a su alcance la bibliografía, el temario o la documentación de muchos centros universitarios.

A esta ruptura de los roles tradicionales en las universidades se suman las nuevas directrices formativas marcadas por el Espacio Europeo de educación Superior. Que los estudiantes universitarios adquieran destrezas y competencias relativas al trabajo en equipo y su correspondiente desenvolvimiento en entornos colaborativos suponen una prioridad entre las nuevas metodologías de aprendizaje. De esta manera, el informe Horizon (Informe Horizon: Edición Iberoamericana, 2010, pág. 6) destaca:

“Colaborar con otros en la realización de actividades o la elaboración de productos conjuntos, ya sea presencialmente o en red, es cada vez más una competencia imprescindible en la sociedad iberoamericana, así como en el resto del mundo. A la vez, la colaboración se reconoce como un enfoque valioso y un método eficaz de aprendizaje, que se va consolidando poco a poco en distintos contextos educativos y también, aunque más lentamente, en el ámbito académico. Las tecnologías tienen inevitablemente un papel en estos procesos, pero además pueden facilitarlos y apoyarlos de formas diversas, ayudando a configurar entornos optimizados para el aprendizaje y el trabajo colaborativo en modalidades de formación presenciales, híbridas o blended, y también en la virtualidad. En este momento, existe un amplio repertorio de tecnologías, desde las más sencillas a las más sofisticadas, que pueden combinarse entre sí para ampliar las posibilidades de comunicación –asíncrona o síncrona– y facilitar la producción

colaborativa de contenidos, o bien el intercambio y la remezcla de contenidos ya existentes, sin importar que las personas se encuentren distribuidas por el globo”.

Sin embargo, pese a estos datos, las redes sociales todavía no han conseguido penetrar en los entornos educativos. Algunos autores (Flores Vivar, J.M., 2009) apuntan a la proliferación excesiva de medios sociales sin el objetivo claro de adaptación a estas audiencias y a sus necesidades específicas como motivo principal, aunque señalan también el inicio de un recurso educativo que no ha explotado todavía el potencial que estos medios encierran en su interior.

Esta escasa penetración de las redes sociales en los entornos educativos, contrasta con los análisis realizados por Observatorio Redes Sociales. Aunque la historia de las redes sociales es relativamente corta, dentro de los sistemas de comunicación social que se han desarrollado en la red en los últimos años, es el fenómeno mediático que más impacto social ha tomado. En los últimos dos años las redes sociales se han convertido en la aplicación más exitosa de la sociedad de la información –el 83% de los jóvenes españoles usa al menos una red social- y este éxito las ha convertido en objeto de debate en círculos académicos por sus consecuencias en la población (Meso Ayerd K., Pérez Dasilva, J.A., & Mendiguren Galdospin, T., 2009).

El grado de penetración en España de las redes sociales resulta especialmente llamativo si atendemos a los datos obtenidos en febrero de 2011 por Observatorio Redes Sociales elaborada por The Cocktail Analysis, obtenidos a partir de 1.793 encuestas a internautas y 8 grupos de discusión. Se concluye a partir de dicho estudio que, además de la consolidación de dichas redes, la participación de los usuarios en las mismas ha aumentado con respecto a los datos obtenidos durante el mismo periodo de 2009, siendo la utilización en estas las redes sociales, del 85% de las personas en 2010, frente al 81% de 2009. Otra información relevante reside en que dichas redes empiezan a dotarse de contenidos, más allá de la mera actividad relacional. De hecho, un 45% de los

internautas participa en alguna red de temática específica, sobre todo formativas o profesionales y de hobbies como deporte, ocio y música¹.

Si realizamos un análisis pormenorizado de las redes sociales con mayor índice de penetración en España, encontramos que Facebook es la red social número uno en cuanto a usuarios con cuenta activa se refiere, pues un 78% de los encuestados se encontraban entre sus usuarios en el momento de la realización de la encuesta. Aunque con un menor índice de penetración, Tuenti sigue a la saga de Facebook y se consolida con un 35% de los usuarios encuestados. También es destacable la evolución del Twitter, que aumenta su porcentaje de penetración hasta llegar al 14% en 2010.

En cuanto al uso que dan los clientes de las redes sociales, la mayor parte manifiesta utilizarlas para comunicarse con sus contactos y observar los contenidos que estos ubican en la red. A raíz de esta información y de diversos estudios realizados que declaran que el uso de las redes favorece las relaciones sociales (Sanchez Vera, Prendes Espinosa, & Serrano Sánchez, 2011), la situación actual podría sugerir que por primera vez esté sugiriendo la necesidad psicológica de mantener y alimentar esos contactos virtuales.

Además hay que destacar que los jóvenes actuales tienen una alta participación en la red, empleando una gran parte de su tiempo en entornos digitales (Sanchez Vera M.M., Prendes Espinosa M.P., & Serrano Sánchez J.L., 2011). Sin embargo, si indagamos sobre el las actividades que los alumnos universitarios realizan de internet, los últimos estudios realizados por la Universidad Oberta de Cataluña (Castaño-Muñoz J., 2010) indican que los principales usos son aquellos relacionados con el ocio, la comunicación y la descarga de archivos, destacando un uso especial de tiempo para jugar on-line y para la comunicación sincrónica mediante sistemas de mensajería instantánea, estando por tanto estos usos muy alejados de lo que a actividad académica se refiere. Se podría teorizar que estas conclusiones están limitadas al ámbito geográfico dónde se ha realizado el estudio. Sin embargo, estos resultados son similares en la mayoría de

¹ <http://www.slideshare.net/TCAanalysis/tca-observatorio-redes-sociales2011publico>

investigaciones realizadas en los de países desarrollados (citado por Sanchez Vera, Prendes Espinosa, & Serrano Sánchez, 2011).

En definitiva, la aparición de las tecnologías digitales de la información y la comunicación en el ámbito educativo supone una renovación en la mayoría de aspectos que le afectan a la educación: las herramientas que intervienen en el proceso enseñanza aprendizaje; los roles de docentes y estudiantes; los métodos y procesos utilizados hasta el momento en la enseñanza superior. Estos cambios que empiezan a denotarse en universidades y centros educativos atisban modificaciones trascendentales y, según algunos autores como Ehrmann (1999) en su trabajo *Technology in Higher Learning: A Third Revolution*, una auténtica revolución pedagógica (mencionado en R. Pérez, 2000).

Por otro lado, las redes sociales, que se están constituyendo como auténticos fenómenos de masas del que poder extraer numerosas aplicaciones educativas. Algunos expertos (Cascales Martínez, Real, & Marcos Benito, 2011) califican a las redes sociales como uno de los desarrollos más innovadores de la Web 2.0 por su concepción para interconectar usuarios que comparten aficiones, amistades, ideas, fotografías, vídeos y elementos multimedia de todo tipo. Algunos ejemplos de aplicaciones como YouTube, MySpace, Flickr, Orkut o Facebook han crecido hasta la hipertrofia, engullendo una buena parte del tráfico de información en la red. Así, podemos deducir que nuestros estudiantes pertenecen ya a lo que Castells (Castells M., 2002) describía como “*sociedad red*” multiplicidad de redes de personas y de dispositivos que producen, reciben, procesan, almacenan y transmiten información sin condiciones de distancia, tiempo o cantidad. Existen investigaciones científicas pedagógicas relacionadas con el conectivismo que muestran resultados con un impacto positivo del uso de redes sociales en línea, destacando la adquisición de competencias informáticas, el desarrollo del capital social y el incremento de fuentes fiables de información (Valerio-Ureña G., & Valenzuela-González R., 2011). Todo parece indicar que las universidades, como espacios de construcción y difusión de conocimientos, tienen un papel fundamental a la hora de establecer los cimientos de la producción y difusión de dichos saberes.

Por ello, se les puede atribuir, ahora que los usuarios de las redes generan y comparten información, cierta responsabilidad para integrar esta corriente dentro de los espacios educativos y que los distintos agentes implicados, sean estos alumnos, profesores e investigadores utilicen y converjan estas redes sociales como elemento de comunicación y difusión de su actividad habitual (Tíscar L., 2009).

2 PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Aunque existen distintos tipos de conocimiento, cada uno de ellos con sus propias reglas y ámbitos de aplicación, (León O., & Montoro I., 1997) En toda investigación de tipo social el planteamiento del problema se origina en hechos empíricos mediante los cuales el investigador plantea preguntas que pueden ser demostrables.

La situación socioeducativa en la que nos encontramos en la actualidad se puede resumir en los siguientes puntos:

1. En el panorama abierto por el rediseño de planes de estudio adaptados al nuevo marco europeo de educación superior, el seguimiento constante del proceso de aprendizaje del alumno se ha convertido en un elemento vital a la hora de asegurar el éxito del mismo.
2. En el mundo universitario se empiezan a generalizar nuevas metodologías de estudio como el e-learning y el b-learning. Estas enseñanzas que se desarrollan virtualmente de forma parcial o total hacen más complejo el proceso de enseñanza-aprendizaje y generan la necesidad de incluir nuevas herramientas de comunicación ya que, en ocasiones, el único punto de encuentro con compañeros y profesores son las plataformas de aprendizaje o campus virtuales.
3. Las tecnologías evolucionan y tienen una penetración en la sociedad como nunca antes se había constatado con ninguna otra herramienta de información y la comunicación. Esta velocidad de transformación y desarrollo lleva parejo un

problema, y es que se están incorporando con tal velocidad a todos los sectores que falta un análisis y una reflexión crítica sobre sus verdaderas posibilidades, las limitaciones que introduce, en nuestro caso en el sistema educativo, y los impactos que en los mismos llega a tener (Cabero Almenara J. , 2001).

4. Por otro lado, entre los sistemas de comunicación que acompañan a la Web 2.0, las redes sociales virtuales son el fenómeno mediático que ha impactado en la población con mayor virulencia, sobretodo en la población más joven.
5. El pilar básico en el que giran las redes sociales es generar vínculos en torno a sociedades: interactuar, analizar, opinar e intercambiar información son comportamientos habituales en estos entornos virtuales.
6. En la mayor parte de los entornos educativos, no sólo en el universitario, existen iniciativas de integración de estas redes sociales virtuales como herramientas de comunicación en los procesos de enseñanza aprendizaje. Algunas de estas experiencias han puesto de manifiesto que el simple acceso a las tecnologías y a la información no es garantía de una mejor comunicación y aprendizaje, siendo necesario llevar a cabo iniciativas para socializar las nuevas tecnologías y humanizar la comunicación (Gabelas J.A., 2002).
7. El potencial que estas herramientas proporcionan para el trabajo colaborativo y los aprendizajes formales e informales, son una de las principales justificaciones desde un punto de vista pedagógico.
8. Las posibilidades comunicativas que estas plataformas ofrecen para enseñanzas presenciales, on-line e híbridas, son otro de las justificaciones potenciales para su integración en procesos de enseñanza-aprendizaje. Sin embargo, no debemos de confundir que el tener acceso a la información, en nuestro caso al canal de distribución de la información, significa tener conocimiento, y en ninguna medida desarrollar pautas y propuestas de acción (Cabero Almenara J. , 2001).

9. Las redes telemáticas, donde la información está al alcance de cualquier usuario y su incorporación a las metodologías de enseñanza universitaria, han provocado que los modelos tradicionales educativos basados en la transmisión de conocimientos a través de lecciones expositivas hayan quedado obsoletos. Tal y como señala Gabelas, (Gabelas J.A., 2002). Es el momento de empezar a perfilar un educador mediador, facilitador de procesos de aprendizaje, en el que lo esencial es el sujeto estudiante.

10. En este entorno, se requieren herramientas horizontales que acompañen a estas nuevas metodologías de enseñanza en las que el profesor pasa de ser un transmisor de conocimiento a guía en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Ante esta realidad socioeducativa, se plantean las hipótesis de partida para la investigación:

- **Formulación de hipótesis de partida:** La penetración de las redes sociales como herramienta de apoyo al aprendizaje es menor que en otros contextos debido a que muchas de sus funcionalidades todavía no han alcanzado la madurez necesaria para su aceptación social en este ámbito.

De esta hipótesis principal, se derivan otras preguntas de investigación de carácter más específico:

1. ¿Con qué frecuencia utilizan las redes sociales los estudiantes y docentes de la universidad?
2. ¿Utilizan estas redes en el contexto estudiantil?
3. ¿Qué funcionalidades de estas redes sociales son las más utilizadas?
4. ¿Qué otras herramientas virtuales que no pertenezcan a las funcionalidades de las redes sociales utilizan como herramientas de apoyo académico?
5. ¿Qué aplicaciones/funcionalidades tendría que tener una red social para su utilización con fines académicos?

Estos interrogantes son, no sólo los pilares básicos que constituyen este proyecto de investigación, sino que también establecen las líneas principales en lo que a los aspectos metodológicos y análisis de datos se refiere.

2.2 OBJETIVOS

La actual sociedad informacional ha creado nuevos entornos de trabajo que deben ser vinculados a la formación y profesionalización, lo que acarrea cambios inmediatos en el entorno educativo general, incluyendo por tanto al entorno universitario. Analizando el sistema educativo, en nuestra opinión existen tres ejes principales en lo que a relevancia se refiere: el alumno, el docente y el sistema comunicativo subyacente. Sin embargo, todavía no es habitual en los centros de educación superior la integración total el uso de las redes sociales virtuales como apoyo del proceso enseñanza-aprendizaje.

Por ello, este trabajo de investigación pretende:

- Construir de una red social de carácter universitario con funcionalidad centrada en el apoyo del proceso de aprendizaje de los estudiantes.
- Valorar dicha red como prototipo tecnológico y conceptual exportable a otras universidades y/o entornos educativos.

Los objetivos específicos de este proyecto son:

- Analizar el estado actual de las redes sociales en cuanto a herramientas y funcionalidad para evaluar su adecuación como herramientas de apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje universitario.
- Evaluar las necesidades de los actores implicados en el proceso de enseñanza-aprendizaje para conocer qué funcionalidades debería tener una red social de carácter universitario con fines académicos.

- Diseñar un conjunto de funcionalidades tecnológicas que se adapten a las necesidades de estudiantes y docentes, independientemente de la modalidad de impartición o curso al que pertenezcan los actores implicados.
- Ofrecer un nuevo entorno de comunicación más democrático en el que profesores y estudiantes tengan herramientas de comunicación, compartición de información y generación de conocimiento de forma horizontal.
- Analizar la presencia social en una red social educativa integrada en procesos informales.
- Analizar la presencia docente y estudiantes en una red social virtual de carácter universitario y valorar si este nuevo entorno favorece nuevos estilos de comunicación estudiante-profesor, profesor-profesor y estudiante-estudiante.

2.3 UNIVERSO DE ESTUDIO

- *Learning management system del que se parte: Moodle 1.9*

Moodle es una aplicación web, dentro de la familia de los sistemas de gestión de contenidos. Esta plataforma es creada por el australiano Martin Dougiamas² y se caracteriza principalmente por:

- **Basar su desarrollo y gestión en software libre.** Tal y como describe el propio Richard Stallman (Stallman, 2007), los principios básicos del software de código abierto (open source) son libertad de ejecutar un programa, libertad para modificarlo y libertad para redistribuir el programa en su versión original o derivada (ya sea de forma gratuita o comercial). A estos principios acompaña una idea de la apertura al intercambio y al conocimiento abierto y compartido.
- **Su filosofía pedagógica se basa en el “construccionismo social”³** en el cual, el aprendizaje es particularmente efectivo cuando se construye algo que debe

² <http://dougiamas.com/>

llegar otros. Esto alberga la idea de que la construcción de conocimiento es social y que mediante este proceso, se crea colaborativamente una cultura de significados compartidos.

En el centro donde se desarrolla la investigación, utiliza esta plataforma como Campus Virtual desde 2006, inicialmente, para dar soporte documental a las clases que se desarrollan de forma presencial. Tras los primeros años de implantación y dada la gran versatilidad de la plataforma junto a la perspectiva social y constructivista, la universidad ha ampliado paulatinamente su implantación como apoyo al proceso de enseñanza aprendizaje. De hecho, en la actualidad es el soporte utilizado para titulaciones presenciales, on-line e híbridas, alberga 46.284 cursos y es uno de los aspectos tecnológicos mejor valorados por parte de los estudiantes en las encuestas de satisfacción anual.

Debido a su gran uso y al éxito que esta plataforma tiene entre estudiantes y docentes, se elige el sistema de gestión de contenidos de la universidad para implantar la capa social que aporte funcionalidades propias de las redes sociales.

- **Referencia web:** <https://campusvirtual.uem.es> (necesario registro)
- **Plataforma de funcionalidades sociales:** Mahara 1.4

Uno de los aspectos principales para la creación de esta red social era la posibilidad de que las herramientas seleccionadas permitieran el sistema de Single-Sign-On, es decir, permiten que una vez logueados en Moodle no sea necesario volver a introducir las credenciales para su acceso.

Por ello, tras varios estudios de integración se selecciona Mahara⁴ en su versión 1.4. Mahara es una aplicación web en código abierto para gestionar ePortfolio y redes sociales⁵. Ofrece a los usuarios herramientas para crear y mantener un portafolio digital sobre su formación, además de incluir funcionalidades sociales que permiten la interacción entre los usuarios.

³ <http://docs.moodle.org/all/es/Filosof%c3%ada>

⁴ <https://mahara.org/>

⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Mahara>

De entre las funcionalidades más importantes de Mahara, destaca la posibilidad de crear foros, blogs, mensajería propia, herramientas de presentación, un gestor de archivos y un creador de vistas que permite generar webs propias integrando diversos contenidos multimedia.

Aunque a lo largo de esta investigación se abordará el concepto de redes sociales virtuales, es importante destacar que para este proyecto el aspecto más relevantes es, de entre sus principales características es el concepto de comunidad se genera a través de la creación de redes de usuarios que interactúan, dialogan y aportan comunicación y conocimiento.

▪ ***Periodos académicos objeto de investigación:***

- Análisis de necesidades: 2º semestre del curso académico 2010/2011
- Diseño de funcionalidades: 1º semestre del curso académico 2011/2012
- Prueba piloto de implantación de funcionalidades sociales: mitad del 2º semestre del curso académico 2011/2012

▪ ***Etapa educativa:*** Universitaria

Es una etapa no obligatoria de la Educación Superior. En España, la duración de los títulos es variable y depende fundamentalmente la aprobación de las memorias por la Agencia Nacional de Evaluación Calidad y Acreditación (ANECA)⁶. Sin embargo, lo habitual en las titulaciones de grado es que abarquen cuatro cursos académicos, aunque existe cierta variabilidad dependiendo de los programas, pudiendo alargarse durante 5 o 6 años.

Existen diversas formas de acceso a la universidad. Generalmente los alumnos empiezan con dieciocho años y se incorporan tras superar las Pruebas de Acceso a Estudios Universitarios, también conocidos como selectividad⁷. También se accede desde Ciclos Formativos de Grado Superior, desde las pruebas específicas para mayores de 25 años, traslado de expediente de otras universidades o con titulaciones ya superados. Esta

⁶ <http://www.aneca.es/>

⁷ [http://es.wikipedia.org/wiki/Selectividad_\(examen\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Selectividad_(examen))

diversidad de formas de accesos ofrecen una gran diversidad también de perfiles de estudiantes, siendo los que acceden desde selectividad y Ciclos Formativos alumnos perteneciente a horquillas de edad jóvenes, con escasa o nula experiencia profesional y que suelen depender de la familia como principal fuente de ingreso. Los estudiantes que acceden mediante pruebas de mayores de 25 años, traslados de expediente o titulados, suelen ser estudiantes que buscan mejorar su empleabilidad aumentando y/o mejorando su nivel de estudios. Su edad suele corresponder a franjas más maduras que trabajan y tienen cargas familiares, por lo que suelen elegir programas que permitan flexibilidad. En los que al aspecto tecnológico se refiere, también son perfiles muy distintos.

Mientras que en el primer grupo suelen tener una gran familiaridad con las nuevas tecnologías, el segundo grupo se ha incorporado a las nuevas tecnologías en la edad adulta y suele manifestar una mayor resistencia al uso de estas herramientas. Ambos conjuntos corresponderían a los grupos que Prensky definió como “nativos digitales” e “inmigrantes digitales” (Prensky M., 2001).

Nos interesaba este nivel universitario por tres razones. La primera, porque la diversidad de perfiles nos permitía evaluar las necesidades y comportamientos de cualquier estudiante para el uso de las redes sociales en entornos académicos; la segunda, por acercarnos a experiencias innovadoras en un nivel educativo que ha estado en constante cambio en los últimos años y cuya tradición formativa se ha basado en cases magistrales con poca tendencia a la comunicación horizontal; y la tercera porque la diversidad de metodologías y formas de estudio existentes en este ámbito como la formación on-line e híbridas abren un nuevo campo de estudio y de investigación sobre innovaciones pedagógicas con TIC del que todavía hay escasos datos concretos.

- **Modalidad educativa:** Enseñanza reglada, formal, presencial, on-line e híbrida.
- **Institución educativa a la que pertenece:** Universidad Europea de Madrid.

La Universidad Europea de Madrid⁸ es una institución privada de enseñanza universitaria creada en el año 1995. Forma parte de la red internacional Laureate International Universities⁹ con sede en Baltimore (EEUU) que actualmente cuenta con 66 instituciones en 30 países de los cinco continentes, más de 100 campus y más de 675.000 estudiantes en todo el mundo.

En la actualidad, su estructura académica se basa en dos centros (Madrid y Valencia) siete Facultades/Escuelas, un Centro de Doctorados e investigación, cuatro Escuelas de Postgrado y dos Vicerrectorados, donde se concentra una gran diversidad de oferta académica:

- **Titulaciones de grado:**
 - 40 Titulaciones de Grado
 - 39 Dobles Grados
 - 1 Triple Grado
 - 31 Titulaciones con horario compatible con la actividad profesional
 - 24 Titulaciones on-line

- **Escuelas de postgrado**
 - 44 Másteres
 - 19 Doctorados
 - 54 Postgrados de otro tipo

- **Escuela de Doctorado e Investigación**
 - 5 Centros de Excelencia de Investigación aplicada

- **Centro profesional**
 - 12 Programas profesionales

Esta comunidad universitaria está formada por 2.200 docentes que se vinculan al centro como personal externo o a tiempo completo, 1.300 empleados no docentes y unos 14000 estudiantes (A lo largo de los periodos en los cuales se ha desarrollado esta

⁸ <http://www.uem.es/>

⁹ <http://www.laureate.net/>

investigación, a Universidad Europea de Madrid pasó de un número aproximado de 14.000 estudiantes en el curso académico 2010/11 a más de 17.000 en el curso 11/12).

▪ ***Razones que motivaron su elección:***

Por una parte, Universidad Europea de Madrid cumplía con los dos requisitos básicos que nos interesaban para situar nuestra investigación: que dispusiera de una masa crítica de estudiantes y profesores lo suficientemente grande que permitiera realizar estudios con muestras significativas para diseñar una red social universitaria extrapolable a otros entornos educativos y que fuese una institución cuya formación se base modalidades formales, presenciales, on-line e híbridas de enseñanza.

Por otra parte, el hecho de que la Universidad hubiese sido galardonada en el año 2010 con el premio David A. Wilson a la Excelencia en Docencia de la red Laureate International Universities¹⁰ garantizaba, a priori, parte de la dotación económica necesaria para desarrollar un proyecto de innovación e investigación de esta envergadura durante un periodo prolongado en el tiempo, que comprendiera varios cursos académicos.

Además, esta universidad se encuentra entre las primeras a nivel de tecnología dentro del ámbito español y la mayoría de los profesores y estudiantes están familiarizados con el uso de redes sociales aunque sea en el ámbito privado.

Por otro lado, su Campus Virtual es utilizado a diario por los estudiantes, aunque en la mayoría de las ocasiones complementan sus funcionalidades con otras herramientas de colaboración. Esto se da aún más en el caso de los estudiantes de la modalidad on-line, que principalmente debido a la falta de contacto personal entre los miembros de la comunidad universitaria, buscan la interacción a través de diferentes herramientas online.

Finalmente, estas titulaciones están regladas por el Espacio Europeo de Educación Superior (EES). El EES es una ordenación a nivel europeo que surge en 1999 con la

¹⁰ <http://nexus.laureate.net/117.htm>

intención de acordar los asuntos que confieren a la educación superior en los diversos países que forman la Unión Europea referentes a las competencias, la movilidad entre universidades y metodologías de aprendizaje¹¹. Este espacio ha propiciado un nuevo giro a la educación superior, dictando directrices que hacen evolucionar una enseñanza universitaria basada en metodologías transmisoras de conocimiento, a otras formas de educación que fomentan la actividad del alumno como eje principal de su propio proceso de enseñanza-aprendizaje (Santiago Gómez, G., Redondo Duarte, S., Escribano Otero, J.J. Lara Bercial, P.J., 2012). Este aspecto, complementa que nuestra investigación se desarrolle en entornos con metodologías activas de aprendizaje, ambiente idóneo de las redes sociales como medios de comunicación social en el ámbito académico.

▪ ***Actores de la red social:***

Pese a que en una organización universitaria son diversos los actores que intervienen en su estructura, serán en este caso los docentes y estudiantes universitarios los protagonistas del estudio ya que las funcionalidades sociales que se pretenden evaluar son hechas *expo acto* como apoyo al proceso de enseñanza-aprendizaje.

➤ **Docente universitario**

Tal y como se indica en Wikipedia, la docencia¹² es una actividad realizada conjuntamente mediante la interacción de 3 elementos: un profesor o docente, uno o varios alumnos o discentes y el objeto de conocimiento. Se trata de un ejercicio de transmisión de conocimiento utilizando diversos medios, técnicas y herramientas de apoyo. En relación a este concepto, el estudio que se lleva a cabo pretende profundizar y conocer la docencia 2.0 entendida esta como la actividad de instruir en cualquier disciplina, transmitiendo conocimiento a sus alumnos a través de herramientas de comunicación basadas en un conjunto de técnicas apoyadas en los servicios Web 2.0.

Se entiende por web 2.0 a aquellas aplicaciones web que permiten el intercambio de procesos e información, herramientas por tanto centradas en el usuario y colaboración (Plasencia Diago A., 2011). Uno de los conceptos más importantes y representativos es

¹¹ <http://www.eees.es/es/eees>

¹² <http://es.wikipedia.org/wiki/Docencia>

la idea de beta perpetua, que asocia los aspectos característicos de la web 2.0 con el desarrollo y lanzamiento de un servicio en el que la actualización es actualiza constante, siendo esta la basa de la existencia y uso de dicho servicio. Los teóricos de la aproximación a la web 2.0 creen que el uso de dicha web está orientado a la interacción y redes sociales, que pueden servir contenido que explota los efectos de las redes, creando o no webs interactivas y visuales. Es decir, los sitios Web 2.0 actúan más como puntos de encuentro, o webs dependientes de usuarios, que como webs tradicionales¹³.

Los servicios comunicativos de la Web 2.0 más utilizados en el ámbito docente son, dentro de la comunicación asincrónica son el correo, los blogs, las redes sociales y las wikis. Para la comunicación sincrónica suelen ser los chats y las webconference.

La actividad de los docentes 2.0 se fundamenta en una metodología didáctica manteniendo la concordancia con los principios de la web 2.0., utiliza modelos colaborativos de interacción que fomentan cultura participativa y la inteligencia colectiva. Uno de los objetivos de este docente será desarrollar el pensamiento crítico de los estudiantes y fomentar la participación activa de los alumnos promoviendo la transmisión de conocimiento de forma horizontal y bidireccional.

El docente universitario, por tanto, será aquel profesor que imparte clases magistrales en centros universitarios del territorio español. Se valorará mediante este estudio el uso que hacen estos profesionales de las redes sociales para comunicarse con los alumnos y alumnas.

➤ **Estudiante universitario**

Según el Diccionario de la Lengua Española, un estudiante es aquella persona que cursa estudios, normalmente medios superiores en un centro docente. Dadas las competencias específicas que se requieren y son dictaminadas por el Espacio Europeo de Educación Superior, junto con la concordancia de las edades de máxima utilización de redes sociales, en nuestro caso de estudio nos centraremos en aquellos estudiantes

¹³ http://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0

que lo hacen en centros universitarios estatales en cualquiera de los cursos que comprenda una titulación oficial de grado, Máster y Doctorado.

2.4 BASE TEÓRICA Y EMPÍRICA

El carácter reciente e innovador que posee la utilización de redes sociales en entornos educativos, son escasos los estudios realizados en este ámbito hasta el momento. Debido a esta escasa trayectoria, son limitadas las iniciativas de las cuáles se poseen datos sobre su apropiada utilización e incorporación en entornos didácticos de Educación Superior. Por ello, recogeremos algunos estudios que narran cómo las redes sociales suponen un valioso recurso de aprendizaje a nivel universitario.

- Parra Castrillón, Eucario (2010) Las redes sociales de internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios [Monográfico en línea]. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño Vol. XI. Nº. 2 2do. Semestre 2010, páginas 193-207. Disponible en línea, última consulta el 1 de enero de 2012: <http://dialnet.unirioja.es/delos.uem.es/servlet/articulo?codigo=3640635>

Este monográfico estudia y analiza la relación de los estudiantes con las redes sociales. En el punto nº 2 *“Las preferencias por las redes sociales de los estudiantes universitarios”* narra la realización del proyecto El ciberespacio para fines académicos y sociales: tendencias halladas en estudiantes universitarios sobre el Impacto y manifestaciones de cultura digital en estudiantes universitarios.

- Rubio Gil, A. “Generación digital: patrones de consumo de Internet, cultura juvenil y cambio social”. Área de Investigación de Mercados y Comportamiento del Consumidor. Facultad de CC de la Comunicación (URJC). Revista de Estudios de juventud. Marzo 10 | nº 88. Disponible en línea, última consulta realizada el 25 de abril de 2012: <http://www.injuve.es/contenidos.downloadatt.action?id=290289448>

En este monográfico se ofrecen datos estadísticos de uso de redes sociales y otros medios de comunicación en la red por parte de la juventud en el *capítulo Patrones de consumo de Internet y nueva cultura juvenil* (pág. 8-13)

- Cliff, L. ; Ellison, N. & Steinfield, C. (2006). A face(book) in the crowd: social Searching vs. social browsing. Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work. Disponible en línea, última consulta realizada el 25 de abril de 2012:

<http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1180901&coll=GUIDE&dl=GUIDE&CFID=30311724&CFTOKEN=22585442&ret=1#Fulltext>

2.5 RELEVANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Las posibilidades que las redes telemáticas nos están ofreciendo para la interacción entre las personas, está teniendo una enorme repercusión para que se conviertan en un espacio de interacción social y de intercambio de información, y no sólo entre profesores y estudiantes, sino también entre pares o iguales (Cabero Almenara J., 2006).

Basándonos en las herramientas técnicas que han introducido las redes sociales como último fenómeno virtual, por sus posibilidades de comunicación e introducción como elemento didáctico, se efectúa un análisis del uso actual que se realiza de las redes sociales tanto en estudiantes como en docentes universitarios. También se realiza una investigación sobre las necesidades de ambas poblaciones para conseguir un óptimo sistema de aprendizaje mediante la integración de las redes sociales en el ámbito educativo.

Este proyecto de investigación, por tanto, tiene como finalidad mejorar el conocimiento que existe en la actualidad sobre los hábitos de comunicación social virtual de los estudiantes y docentes universitarios, así como del actual uso que realizan de las redes sociales y otros sistemas de comunicación 2.0 en el ámbito de la educación superior.

En última instancia, se pretende mejorar el uso y desarrollo de las redes sociales como apoyo en el proceso de enseñanza-aprendizaje y su utilización como medio que permita

el fomento de las competencias básicas declaradas pertinentes para los estudiantes universitarios en el Espacio Europeo de Educación Superior, así como su utilidad como soporte social en estudiantes no presenciales.

Además, no podemos obviar que los aprendizajes virtuales tienen ciertas desventajas: puede ser lento y por lo tanto desmotivador, es posible que el educando se aíse y no planifique correctamente sus actividades y horarios, es fácil caer en la rutina de utilizar excesivamente canales unidireccionales de comunicación con el alumno, no se ofrece el mismo contacto persona a persona como en las clases presenciales y, además requiere un esfuerzo de mayor responsabilidad y disciplina por parte del estudiante (Tinaya E., 2002). La amplia oferta formativa que ofrece la universidad, entre las que se encuentra la formación on-line, permite obtener información útil sobre el efecto que estas redes sociales pueden tener como medios para el seguimiento del alumnado, establecimiento de vínculos con otros estudiantes y el efecto motivador que podría incidir en un menor número de abandonos.

Pese a que los datos se obtendrán de una población específica, en este caso procedente de la Universidad Europea de Madrid, las condiciones de dicha población y de las demás variables que intervienen en el estudio son lo suficientemente genéricas como para poder replicarse y exportarse a otros entornos universitarios.

2.6 ESTRUCTURA DEL TRABAJO

La estructura de este trabajo se dispone en 8 apartados principales. El apartado 1 y 2 corresponden a la introducción y a la presentación del proyecto de investigación, respectivamente. A continuación se encuentra el estado de la cuestión o marco teórico (apartado 3), el diseño metodológico (apartado 4), el análisis de los datos (apartado 5), los resultados obtenidos (apartado 6) y las conclusiones finales (apartado 7). Finalmente, Se encuentran las referencias bibliográficas (apartado 8) y webgráficas (apartado 9) y los anexos (apartado 10).

- En el **estado de la cuestión**, se explican los fundamentos teóricos en los que gira la investigación. Este apartado se distribuye en tres puntos fundamentales:
 1. Concepto de redes sociales virtuales (3.1.), realizando un repaso por la historia de las redes sociales y el estado actual de las mismas(3.1.1.) y las definiciones que delinear el propio concepto y su relación con el entorno universitario y los procesos de enseñanza-aprendizaje (3.1.2.).
 2. Se relaciona las redes sociales con las comunidades de aprendizaje (3.2.).
 3. Análisis de las plataformas para la gestión de redes sociales más utilizadas en la actualidad en el ámbito universitario para fines educativos (3.3.).
 4. Finalmente, se realizan un análisis comparativo entre el estudio que abarca este proyecto y las distintas experiencias llevadas a cabo por otras universidad (3.4.), tanto en el ámbito nacional (3.4.1.) como internacional (3.4.2.).

- El **diseño metodológico** (apartado 4) se subdivide a su vez en dos apartados:
 1. En el primer apartado, se justifica en estudio sociológico de análisis de necesidades de la población objeto de estudio, informando de las características principales del cuestionario, el procedimiento de recogida de información y el diseño de la muestra (4.1).
 2. En el segundo apartado, se informa de la muestra seleccionada para la fase piloto de implantación, indicando las características de la muestra y la metodología de estudio utilizada para evaluar los principales comportamientos en la red de los actores principales (4.2).

- El **análisis de los datos** (apartado 5) se detallan los análisis de fiabilidad y validez del cuestionario diseñando para la recogida de información.

- Los resultados obtenidos (apartado 6) se subdivide a su vez en tres sub-apartados:
 1. Se muestran las características sociológicas de los encuestados y principales datos obtenidos, haciendo especial hincapié en los ámbitos de utilización de

las redes sociales por esta población y las funcionalidades más demandadas para una red social con fines académicos (6.1).

2. Se exponen cuáles han sido las funcionalidades implantadas a la vista de los datos obtenidos, detallando tanto las herramientas de tipo social como académicas (6.2).
3. Por último, se detallan los principales datos de actividad en la red, en especial: los datos de relaciones dentro de la red entre alumno-alumno, alumno-profesor y profesor-profesor así cómo los índices de crecimiento y decrecimiento de la red y actividad entorno a la comunicación con estas funcionalidades (6.3).

Tras la información obtenida en los apartados anteriores, en el apartado 7 se explican las principales **conclusiones** a las que se ha podido llegar en vista a los datos analizados, prestado especial atención a la acogida de los estudiantes y docentes de esta capa social dentro del campus virtual.

Para finalizar este apartado de conclusiones, se establecen las acciones futuras y se sugieren líneas de investigación que este proyecto puede aportar.

Concluye el presente trabajo con las **referencias bibliográficas y webgráficas** (apartados 8 y 9) y los **Anexos** (apartado 10), donde se puede ver el cuestionario diseñado para la recogida de información (anexo I), las pruebas en la plataforma (Anexo II) el manual de funcionalidades sociales creado para los usuarios de la red (Anexo III).

3 ESTADO DE LA CUESTIÓN

3.1 CONCEPTO DE “REDES SOCIALES VIRTUALES”

En este apartado intentaremos acercarnos al concepto de redes sociales a partir de definir sus características principales y revisar el origen de este fenómeno social.

3.1.1 BREVE HISTORIA DE LAS REDES SOCIALES EN INTERNET

➤ **Antecedentes (1997-2003)**

Parece que las redes sociales son un fenómeno mediático de reciente creación, pero lo cierto es que podemos encontrar su antecedente más remoto antes incluso de que apareciera la web 2.0, cuando en 1997 surge la web SixDegrees.com¹⁴.

- ***SixDegrees.com***

Las principales particularidades del sitio web se basaban en la creación de perfiles, de listados de amigos y la posibilidad de envío de mensajes a amigos. Es en 1998, cuando la plataforma se enriquece con la navegación en las listas de amigos por parte de terceros, suponiendo una funcionalidad muy novedosa en la época.

En su apogeo, SixDegrees contaba con unos 100 empleados, y el sitio tenía alrededor de 1.000.000 miembros inscritos. La falta de un modelo de negocio viable le abocó a su desaparición y en el año 2000 fue comprada por Youthstream Media Networks.

Con la llegada del nuevo milenio surge un boom de webs e innumerables aplicaciones que contempla entre sus funcionalidades perfiles y listas amigos agregados. Entre estas webs, las más destacable son:

- ***AsianAve*¹⁵, *BlackPlanet*¹⁶ y *MiGente*¹⁷**

En el caso de ***AsianAve***, originalmente llamado AsianAvenue (o asiático Avenue), el sitio fue lanzado el 21 de julio 1997 por los co-fundadores de Benjamín Sol, Peter Chen, Chang Grace, Michael Montero, y Wong Calvin¹⁸. ***BlackPlanet* y *MiGente*** surgen entre 1998 y 2000. Esta última está orientada a usuarios latinos. Todas ellas disponían de funcionalidades y características similares: permitían crear perfiles personales, profesionales o de contactos y se podían añadir amigos sin necesidad de aprobación por parte del agregado.

- ***LunarStorm*¹⁹ y *CyWorld*²⁰**

¹⁴ <http://en.wikipedia.org/wiki/SixDegrees.com>

¹⁵ <http://www.asianave.com/>

¹⁶ <http://www.blackplanet.com/>

¹⁷ <http://www.migente.com/>

¹⁸ <http://en.wikipedia.org/wiki/AsianAve>

¹⁹ <http://en.wikipedia.org/wiki/LunarStorm>

Creadas en 2000 y 2001 respectivamente. **LunarStorm** Fue creada por Rickard Ericsson como la primera comunidad en línea de Europa. Junto a **CyWorld** se rediseñaron para empezar a agregar funciones propias de red social como listas de amigos, libros de visita y páginas personales.



Figura 1. Imagen de la Web LunarStorm

Fuente: imagenes.businessweek.com

Más tarde, aparecieron webs como:

- **Ryze.com**²¹ y **Friendster**²² (2001 y 2002)

Friendster fue concebida en un principio como un complemento a Ryze.com y como competencia de la página de citas Match.com. De hecho, ambas plataformas, en sus inicios establecieron una estrategia cooperativa para hacerse con la mayor cuota de mercado posible. Tras esta concepción basada en el apoyo inicial, la evolución de ambas fue muy distinta. Por un lado, **Ryze.com** siguió una evolución muy positiva gracias a su repercusión en medios impresos norteamericanos. En el caso de Friendster su concepto novedoso de citas que se basaba en conocer nuevas personas a partir de los círculos de amigos, obtuvo una gran acogida. Ofrecía a los usuarios un lugar más fiable para hacer nuevas amistades, una fórmula que le resultó exitosa, llegando a tener alrededor de tres millones de usuarios en sus primeros meses de lanzamiento.

²⁰ <http://us.cyworld.com/>

²¹ <http://ryze.com/>

²² <http://en.wikipedia.org/wiki/Friendster>

Finalmente, la atención de un sector muy específico de la población norteamericana y su base de *early adopters* alcanzaría la cifra de 300.000 inscritos. Sin embargo, según fue aumentando su popularidad, se encontró con dificultades: técnicamente, los alojamientos se les quedaron pequeños y se vieron limitados para ofrecer un servicio competente dado su gran crecimiento. Por otro lado, su difusión en los medios de comunicación tradicionales desequilibró la comunidad ya creada y los usuarios pronto se encontraron, más allá de sus amistades más cercanas, a otras que no lo eran tanto (Ros-Martín, 2009).

➤ **Estado actual (2003- actualidad)**

En la actualidad la proliferación en la red de plataformas basadas en redes sociales es su un fenómeno sin precedentes y el último estudio realizado por el Observatorio de redes sociales así lo demuestra. Por ello, sólo se hacer referencia en este apartado a aquellas redes que por su evolución en los últimos años son referentes del estado actual de estas web en España.

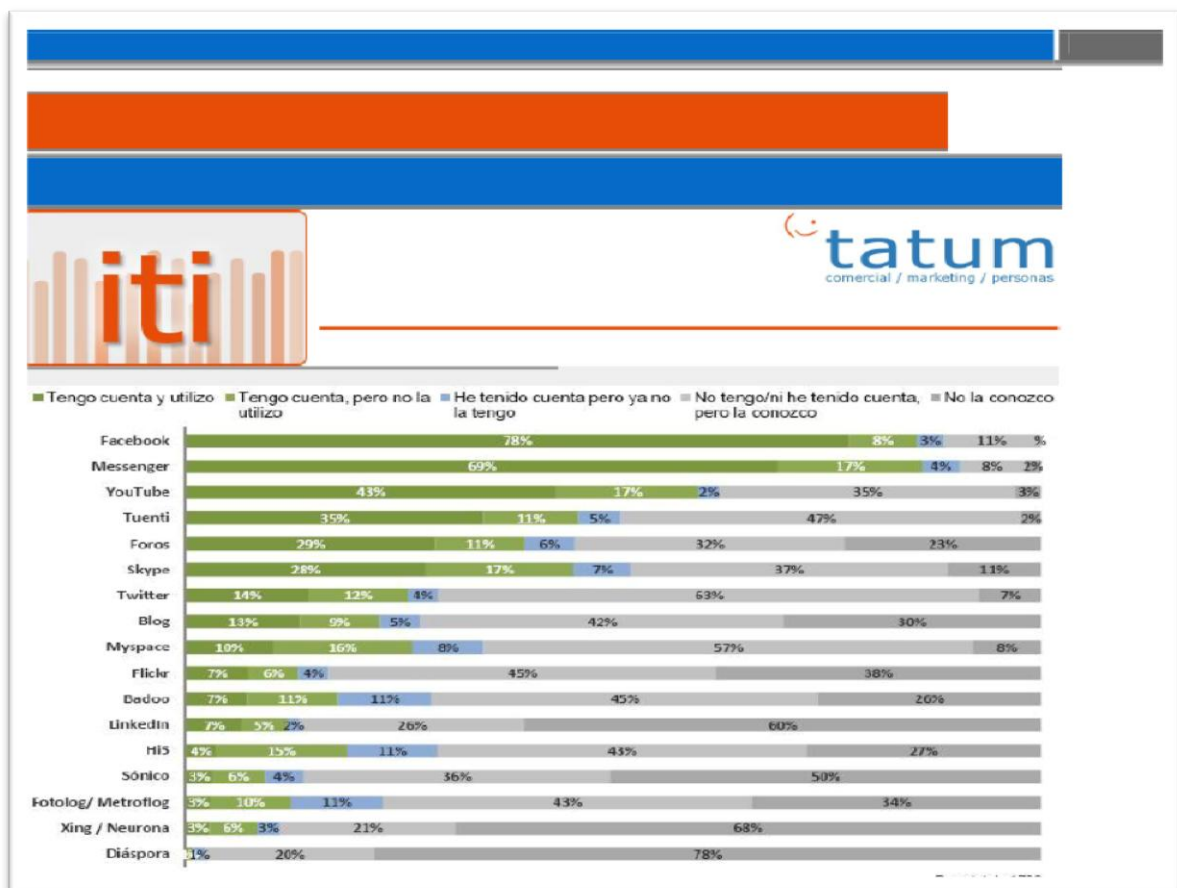


Figura 2. Evolución de las redes sociales en España 2011.

Fuente <http://www.slideshare.net/TCAAnalysis/tca-observatorio-redes-sociales2011publico>

- **Facebook**²³

Creada por Mark Zuckerberg, está basada en la idea de construir una comunidad basada en la Web en que la gente compartiera sus gustos y sentimientos. En la actualidad es la que más expansión internacional tiene por su implantación en un gran número de idiomas. Su éxito se basa en el amplio repertorio de servicios que ofrece, principalmente: Lista de amigos, grupos y páginas, muro, regalos, App Center, aplicaciones y juegos ²⁴

- **HI5**²⁵

En 2003 Ramu Yalamanchi funda esta red social orientada a establecer relaciones de amistad. Al finalizar el año 2007 tenía más de 70 millones de usuarios registrados, la mayoría de ellos en América Latina. En 2008 toma su punto más álgido en lo que a número de usuarios se refiere, pero en la actualidad algunas otras redes, como Tuenti, ha absorbido parte de sus usuarios habituales.

- **Netlog**²⁶

Red social de origen europeo, cuenta con un gran número de usuarios en Europa y América latina. Sus principales funcionalidades se basan en que sus miembros pueden crear su propio espacio web, personalizándolo con fotos, vídeos, blogs, comentarios, juegos, regalos, temas, chat, etc.²⁷

- **Twitter**²⁸

Se basa en la escritura de microblogging con un máximo de 140 caracteres. Se diferencia de otras redes sociales en que la mayoría de la información es de tipo público, siendo

²³ <http://www.facebook.com/>

²⁴ Se puede encontrar información detallada en <http://es.wikipedia.org/wiki/Facebook>

²⁵ <http://hi5.com/friend/displayHomePage.do>

²⁶ <http://es.netlog.com/>

²⁷ Se puede encontrar información detallada en <http://es.wikipedia.org/wiki/Netlog>

²⁸ <http://twitter.com/>

este uno de los mayores atractivos para determinados sectores de usuarios que buscan en esta red social la compartición de conocimiento. Se estima que tiene más de 200 millones de usuarios, generando 65 millones de tweets al día y maneja más de 800.000 peticiones de búsqueda diarias.²⁹

- **Orkut**³⁰

Promovida por Google surge en 2004 como red social orientada a contactos de amistad y relaciones. Según Wikipedia,³¹ en sus inicios fue una red, mayoritariamente de EE.UU.

Sin embargo, desde 2004 hasta el día de hoy, sus visitantes se han ido polarizando en 2 países: Brasil, que han ido creciendo exponencialmente y alcanza el 48% del total de visitas e India con un 39,2%. También destaca que la mayoría de gente se encuentra entre los 13-25 años (superior al 50%). Es usado para contactar con amigos (más del 80%) y encontrar pareja (alrededor de un 40%).

- **Sonico**³²

De origen argentino, tiene su mayor cuota de usuarios en América Latina. La peculiaridad de Sonico frente a otras redes sociales es que funciona como “pasarela” permitiendo la interacción del usuario con otros contactos que estén en otras redes sociales a través de mensajes privados, comentarios o fotos.

- **Viadeo**³³

Al igual que muchas redes sociales, surge en 2004 a raíz de la web 2.0. Es de carácter profesional, especialmente para emprendedores. Pese a que su penetración no es tan alta como LinkedIn, en la actualidad va ganando peso en Europa y está disponible en seis idiomas, entre ellos el castellano.

²⁹ Se puede encontrar información detallada en <http://es.wikipedia.org/wiki/Twitter>

³⁰ [https://www.google.com/accounts/ServiceLogin?service=orkut&hl=es&rm=false&cont](https://www.google.com/accounts/ServiceLogin?service=orkut&hl=es&rm=false&continue=http://www.orkut.com/RedirLogin?msg%3D0%26page%3Dhttp://www.orkut.com/Home&cd=US&passive=true&skipvpage=true&sendvemail=false)
[http://www.orkut.com/RedirLogin?msg%3D0%26page%3Dhttp://www.orkut.com/](http://www.orkut.com/RedirLogin?msg%3D0%26page%3Dhttp://www.orkut.com/Home&cd=US&passive=true&skipvpage=true&sendvemail=false)
[Home&cd=US&passive=true&skipvpage=true&sendvemail=false](http://www.orkut.com/Home&cd=US&passive=true&skipvpage=true&sendvemail=false)

³¹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Orkut>

³² <http://www.sonico.com/>

³³ <http://www.viadeo.com/es/connexion/>

- **Taringa**³⁴

Wikipedia³⁵ la describe como un sitio de entretenimiento por el cual los usuarios registrados comparten noticias, información, videos y enlaces por medio de posts. Estos permiten comentarios de otros usuarios así como también la puntuación de los mismos por medio de un sistema de calificaciones que le permite a cada usuario, entregar una determinada cantidad de puntos por día. En base a ello se elaboran rankings semanales de los posts y usuarios que más cantidad de puntos recibieron.

- **Badoo**³⁶

Nace en 2006 dirigida a un público muy concreto que busca en la red establecer relaciones de tipo personal. Su atractivo principal se centra en sistemas de geolocalización opcionales que permiten saber a los demás usuarios dónde está otro usuario, facilitando así el contacto y transformar las relaciones virtuales en presenciales. En España tiene acogida entre el público adolescente, pero es en determinados países de Suramérica como Brasil donde se encuentra la mayor parte de su público.

- **Metroflog**³⁷

Basada en fotografías, su éxito radica en su sistema de folksonomía o sistema para clasificar contenidos mediante colaboración. Esta red social tiene cierta acogida entre adolescentes que gracias a su sistema de votaciones aumentan su popularidad dentro de la red.

- **Instagram**³⁸

Web para la compartición de fotografía, basa su éxito en permitir al usuario crear efectos mediante filtros, marcos y colores retro y vintage y compartir las fotografías en diferentes redes sociales como Facebook, Twitter, Tumblr y Flickr³⁹.

³⁴ <http://www.taringa.net/>

³⁵ <http://es.wikipedia.org/wiki/Taringa>

³⁶ <http://badoo.com/>

³⁷ <http://www.metroflog.com/>

³⁸ <http://instagr.am/>

³⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Instagram>

- **Bitacoras⁴⁰**

Es una de las redes sociales que más penetración están teniendo en los últimos tiempos. Sus usuarios son principalmente creadores y usuarios de blogs. Esta plataforma permite la búsqueda de blogs en todo el mundo así como establecer sistemas de votación para ganar popularidad.

- **Myspace⁴¹**

Red social para la compartición de archivos multimedia, principalmente de música. Surgió en 2003 y ha sufrido varios altibajos hasta el momento. En la actualidad, es una de las redes sociales que muestran una fuerte recesión en número de usuarios y en abandonos, pero es popular entre el sector musical y ha servido para el lanzamiento de distintos grupos musicales amateur a sectores profesionales de la industria.

- **Tuenti⁴²**

De origen español, es la cuarta red en España en lo que a nº de usuarios se refiere en el país. Su público se caracteriza por ser usuarios jóvenes que rozan la adolescencia. Su éxito se basa principalmente en la acogida que tiene en su versión para móviles y su interfaz sencilla y fácil de utilizar. En la actualidad está aumentando su mercado en suramérica, donde cada vez tiene una mayor presencia.

- **Flickr⁴³**

Su actividad se basa en el intercambio de archivos multimedia, principalmente fotografías y vídeos. Desde que se endurecieron las leyes de propiedad intelectual, esta web ha experimentado un auge no sólo en actividad sino también en número de usuarios, pues dispone de una amplia galería de fotografías la mayoría de ellas para uso público.

⁴⁰ <http://bitacoras.com/>

⁴¹ <http://www.myspace.com/>

⁴² <http://www.tuenti.com/?m=login>

⁴³ <http://www.flickr.com/>

- **Menéame**⁴⁴

Con un esquema similar a Twitter, Menéame es una red social basada en microblogging. Dentro de sus funcionalidades, unas de las más populares son su sistema de sindicación y de marcadores sociales.

- **Youtube**⁴⁵

En relación a la búsqueda de vídeos pero a modo de red social, Google dispone de YouTube, líder en este tipo de redes que dispone de miles de videos y entradas o visionados cada día en todo el mundo. De esta manera, cualquier usuario que tenga cuenta en la red puede poner a disposición del resto de usuarios un vídeo propio y compartirlo con todo el planeta. Se ha convertido en un medio de difusión para artistas o comerciantes anónimos de importancia en la red. Además, dispone de un sistema de votos para poder manifestar el interés que el video ha suscitado en el usuario, a modo de ranking.

- **Linkedin**⁴⁶

LinkedIn ha logrado la mayor popularidad como red social vertical orientada a la las relaciones laborales, constituyéndose en una de las referencias del sector de las redes sociales profesionales a escala global y gracias al lanzamiento de versiones en distintos idiomas.

- **Google+**⁴⁷

Integra algunos servicios propios de Google e introduce los nuevos servicios Círculos, Quedadas, Intereses y Mensajes. Aunque es de reciente creación, todavía no se ha generalizado el uso de esta red social incluso siendo parte de los servicios del gigante Google.

⁴⁴ <http://www.meneame.net/>

⁴⁵ <http://www.youtube.com/?gl=ES&hl=es>

⁴⁶ <http://www.linkedin.com/>

⁴⁷ <https://plus.google.com/up/start/?continue=https://plus.google.com/?hl%3Des&type=st&gpcaz=d8b3acdf&hl=es>



Figura 3. Imagen de Redes sociales en internet

Fuente: lilipoppppp.blogspot.com

3.1.2 CONCEPTO DE REDES SOCIALES VIRTUALES

Aunque no hay una definición oficial de redes sociales, se recopilan en este apartado algunas de las definiciones publicadas que pretenden acotar su significado, con la intención de acercarnos a un concepto que sirva de guía e hilo conductor al trabajo de investigación.

Según el Glosario básico de internet (Fernández Calvo, 2001, pág. 75) *networking* es el término utilizado para referirse a la redes de telecomunicaciones en general y a las interconexiones que se establecen entre ellas.

Otros lo definen como los servicios prestados a través de Internet que permiten a los usuarios generar un perfil público, en el que plasmar datos personales e información de uno mismo disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado, ya sea publicado imágenes, vídeos o compartiendo otro tipo de información (Sixto García J., 2010).

Existen también otras definiciones más genéricas, que se refieren a las redes sociales como web 2.0 (Ribadas F.J., 2010) siendo esta una comunidad de usuarios capaz de descubrir y compartir una serie de contenidos de interés de una forma totalmente distribuida y descentralizada, además de fomentar la discusión sobre dichos contenidos entre los miembros de la comunidad.

Cobo y Romaní (Cobo Romaní & Pardo Kuklinski , 2007) se refieren a las redes sociales como todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social. Las redes sociales fomentarían así la posibilidad de estrechar vínculos desconocidos y dispersos y crear un espacio para compartir conocimientos.

De acuerdo a la definición de Howard Rheingold (2004) sería una creación cibernética que permite mantener vinculadas a un grupo más o menos numeroso de personas interconectadas entre ellas que mantienen distintos tipos de lazos y modos de interacción (Levis D., 2010). Otros autores como Garton, Haythornthwaite y Wellman (1997) señalan que, del mismo modo que las redes son un conjunto de máquinas conectadas por un conjunto de cables, una red social es un conjunto de personas (o de organizaciones u otras entidades sociales) conectadas por un conjunto de relaciones sociales (como amistad, trabajo o simple intercambio o petición de información) (Adell J., 1998).

En lo que parecen coincidir los distintos autores es en concebir las redes sociales virtuales como un canal de comunicación donde se origina conversaciones y opinión, por lo que constituyen una herramienta muy útil para darse a conocer e incluso establecer o ampliar las relaciones sociales. Como bien indica Flores Vivar en relación al

periodismo, aunque igualmente aplicable a cualquier disciplina (Flores Vivar, 2009), las redes sociales son medios participativos en los que la información se define como una conversación. Los medios sociales utilizan herramientas de comunicación, interrelación y publicación en Internet para facilitar y fomentar la participación de los ciudadanos en la creación de contenidos en red. Un buen ejemplo de participación ciudadana y el potencial de esta herramienta es su constitución como un nuevo y poderoso sistemas de presión contra las organizaciones a nivel mundial mediante su capacidad de movilización, convirtiendo así en una eficaz herramienta de poder mediático.

De este modo, encontramos en esta última década una serie de estudios que declaran que el uso de las redes favorece las relaciones sociales (Sánchez Vera, Prendes Espinosa, & Serrano Sánchez, 2011). Varios autores destacan los aspectos positivos de las redes sociales. En concreto, Diego Levis (2011) indica una serie de puntos a tener en cuenta en el ámbito de la educación y que se pueden agrupar en tres áreas distintas que a su vez están relacionadas: la comunicación, la interacción, la colaboración y finalmente la producción:

Comunicación

- Facilitan el trabajo interdisciplinar.
- Fomentan las relaciones horizontales entre docentes y estudiantes.
- Ofrecen una plataforma de comunicación versátil que permite distintos modos de comunicación interpersonal en línea, pública y/o privada, sincrónica o asincrónica, que favorece el establecimiento de relaciones personales y grupales.

Interacción

- Derriban el muro del aula.
- Acentúan el sentido de pertenencia al grupo y favorecen la creación de comunidades de enseñanza y aprendizaje.

Producción

- Permiten la publicación de la bibliografía y otros documentos en distintos formatos útiles para el seguimiento del curso.
- Posibilitan que estudiantes y docentes conozcan y desarrollen formas de enseñanza y aprendizaje no sustentadas en posiciones jerárquicas ni en estímulos basados en premios y castigos.
- Contribuyen a que los estudiantes compartan información y documentos en distintos formatos sobre temas de interés para ellos, vinculados o no con los contenidos curriculares del curso.
- Favorecen un mejor uso de los conocimientos previos, los intereses, la curiosidad y la capacidad de exploración de cada uno de los estudiantes participantes en el desarrollo de un proyecto conjunto de estudio, lo cual contribuye a modificar la actual concepción patrimonial de las ideas (consideradas como propiedad de su autor).

Colaboración

- Favorecen el diseño de dinámicas colaborativas y cooperativas de estudio e investigación.
- Impulsan la producción colectiva de conocimiento.
- Propician actividades en grupos por áreas de interés y/o temáticas.

Estos aspectos positivos que destaca Levis, nos hace mirar inevitablemente a las comunidades de aprendizaje, que junto a la aparición de las tecnologías digitales de la información y la comunicación en el ámbito educativo, están generando una auténtica revolución pedagógica.

Estos cambios que empiezan a denotarse en universidades y demás centros educativos suponen una renovación de las herramientas que intervienen en el proceso enseñanza aprendizaje, de los roles de docentes y estudiantes y de los métodos y procesos utilizados hasta el momento en la enseñanza superior. El efecto inmediato de estos cambios es la generalización del conocimiento, rompiendo con el protagonismo que el profesor disfrutaba como fuente principal del saber. Ahora, deja de ser la única referencia y casi cualquier estudiante puede acceder a la red de redes, lo que supone una mayor penetración de la educación en ámbitos dónde anteriormente el espacio u otras dificultades impedían su llegada.

3.2 COMUNIDADES DE APRENDIZAJE

Si hablamos de socialización, comunicación y compartición en internet, es indiscutible hablar de las comunidades virtuales de aprendizaje. Aunque no existe una terminología oficial al respecto, algunos autores la definen como espacios que agrupan a personas en torno a una temática y objetivo común, donde estas personas se encuentran para discutir, relacionarse, intercambiar información, organizarse, etc. de forma bastante similar a las comunidades presenciales. (Pazos, M., Pérez García, A., Salinas, J., 2001). Otros, señalan su relevancia como proyecto de transformación social y cultural de un centro educativo y de su entorno para conseguir una Sociedad de la Información para todas las personas, basadas en el aprendizaje dialógico, mediante una educación participativa de la comunidad que se concreta en todos sus espacios (Valls, R., 2000).

Para aproximarnos más al concepto de Comunidades de Aprendizaje, es imprescindible retrotraer aquellos antecedentes más lejanos de este tipo de colectividades virtuales. En su aspecto filosófico, estas comunidades encuentran su base en la perspectiva dialógica de la educación que desarrolló Paulo Freire, en la que el proceso educativo no

queda recluido entre profesor y estudiantes dentro de clase, sino que abarca el conjunto de la comunidad de aprendizaje incluyendo padres, madres, otros familiares, voluntariado, otros profesionales, además de alumnado y profesorado. Todos influyen en el aprendizaje y todos deben planificarlo conjuntamente (Flecha García R., Pluigvert L., 1998).

En lo que a experiencias concretas se refiere, a nivel internacional estos antecedentes se localizan principalmente en diferentes programas y experiencias desarrollados en Estados Unidos, Canadá, Corea y Brasil (Gairín Sallán J., 2006). Es en el primer caso, donde destaca especialmente la experiencia de Slavin, Levin i Cormer.

A nivel nacional, es indispensable hacer referencia a la Escuela de Personas Adultas de la Verneda-Sant Martí⁴⁸, de Barcelona así como a las escuelas que en el País Vasco iniciaron experiencias en educación infantil y primaria (Racionero, S., Serradell, O., 2005) y en el ámbito específico de la investigación y las prácticas educativas, es destacable las líneas de acción que promueve el grupo de trabajo CREA (Centro de Investigación Social y Educativa). En todos estos casos, su aportación más relevante al panorama de las Comunidades de Aprendizaje actuales es la iniciación de movimientos sociales que dieron paso a agrupaciones de personas que se organizan para construir e involucrarse en un proyecto educativo y cultural propio, y que aprende a través del trabajo cooperativo y solidario, es decir, a través de un modelo de formación más abierto, participativo y flexible que los modelos más tradicionales. O, dicho de una forma más sencilla, es aquel grupo de personas que aprende conjuntamente, utilizando herramientas comunes en un mismo entorno (Gairín Sallán J., 2006).

En el caso de los antecedentes más concretos, destaca especialmente El Programa de Desarrollo Escolar promovido en 1968, en la Universidad de Yale, por James Comer y la Experiencia Éxito para Todos, comenzada en 1987 por Robert Slavin en Baltimore, en cooperación con Johns Hopkins University. Todos ellos presentan una característica

⁴⁸ Para más información puede consultar <http://www.edaverneda.org>

común: dar respuesta frente a la ineficacia de la escuela tradicional en los barrios marginales, pobres y poblados por minorías étnica.

- **Programa de Desarrollo Escolar:** este programa nacido en 1968 en la Universidad de Yale, desarrollado y promovido por James Comer. Dicho proyecto surge por la necesidad de dos escuelas primarias de New Haven de incidir en actividades que fomentarn el éxito estudiantil pues acusaban un bajo rendimiento escolar entre sus estudiantes que se veían agravadas por encontrarse en situación de conflicto social. El programa va dirigido a escuelas del centro de las ciudades en situaciones de bajo rendimiento escolar, problemas sociales, etc. Sobre todo se dirigen a alumnado desde parvulario hasta los 12 años. Es el programa más reconocido por el propio Gobierno estadounidense. (Flecha García R., 1999).
- **Experiencia Éxito para Todos:** Con el objetivo de prevenir situaciones de fracaso escolar en escuelas y barrios en los que hay conflicto social, Robert Slavin inicia un programa cuyo eje principal se basa en fomentar la autoestima para contrarrestar las aportaciones negativas del entorno. Su aplicación empezó en 1987 en una escuela de educación primaria de Baltimore. Se amplió a seis escuelas al año siguiente (cinco en Baltimore y una en Filadelfia). En la actualidad, son unas 1.500 las que aplican el programa en todo el país, con algunas experiencias piloto ya iniciadas en otros países (México, Canadá, el Reino Unido, Australia, etc.). la estrategia se fundamenta en que toda la comunidad se implique en que uno de sus niños/as llegue a ser competente académicamente. Por destacar algunos resultados, los estudiantes del programa muestran estar una media de 3 meses más avanzados que los estudiantes de otras escuelas de control al llegar al primer curso de básica y más de un año por delante al llegar al quinto curso. Los efectos son especialmente visibles en el caso de los estudiantes de más riesgo, aquellos que se hallan entre el 25% de peores notas.

Si algo nos demuestra estas iniciativas, que sentaron las bases de las comunidades de aprendizaje mucho antes de que el boom de internet nos permitiera hablar de comunidades de aprendizaje virtuales, es el fuerte arrastre que tienen las acciones sociales en el ámbito educativo. Tal y como indica Fecha (Flecha García & Puigvert, 2002), las comunidades de aprendizaje representan una apuesta por la igualdad educativa en el marco de la sociedad de la información para combatir las situaciones de desigualdad en las que se encuentran muchas personas. Parece comprobado por tanto que situar a la persona en el centro del proceso de aprendizaje, apoyarse e involucrar a los miembros de la comunidad y facilitar modelos que permitan el acceso a la educación de forma colaborativa y en igualdad de condiciones, son claros indicadores de éxito académico para los estudiantes.

Si estas condiciones se dan, los beneficios pueden ser muchos (Gairín Sallán J., 2006):



El aprendizaje en estos contextos se entiende, por tanto, como un proceso en el que los aprendices son, a la vez, sujetos y protagonistas de su propio aprendizaje, y como un proceso social que se apoya en las relaciones interpersonales. Las personas con diferentes niveles de experiencia y de conocimiento aprenden mediante su implicación y

participación en actividades relevantes culturalmente, gracias a la colaboración que establecen entre sí, a la construcción del conocimiento colectivo que llevan a cabo y a los diversos tipos de ayudas que se prestan mutuamente (Gairín Sallán J., 2006).

Aunque como hemos dicho, bajo el epígrafe comunidades de aprendizaje coexisten gran variedad de significados, prácticas y propuestas, (Lozano Díaz A., 2004) parece existir cierto consenso sobre cuáles son las características básicas para considerar determinadas agrupaciones creadas en la red como comunidades de aprendizaje. Así, García (García, 2005; Gairín Sallán J., 2006) señala algunas condiciones mínimas para su existencia:



Es posibles establecer cuatro tipos básicos de comunidades virtuales, que se relacionan con los aspectos positivos de Levis sobre las redes sociales, comentados anteriormente y con las condiciones mínimas que se tienen que dar para la existencia de estas comunidades (Cabero Almenara J. , 2006):



En la actualidad, una comunidad virtual es considerada como tal cuando esta colectividad reúne como mínimo las siguientes características:



Si ya de por sí la unicidad en cuanto al término es compleja, pues podemos encontrarlas como comunidades de aprendizaje, comunidades virtual, comunidad en línea, comunidades de Internet, comunidad digital, comunidad telemática, cibercomunidad, comunidad electrónica o mediada por ordenador (Cabero Almenara J., 2006), la definición de comunidades de aprendizaje no ha sido fácil.

Salinas las describe como (Salinas J., 2003) un grupo de personas reales, una comunidad real, sean profesionales, estudiantes o un grupo con aficiones comunes que usa la telemática para mantener y ampliar la comunicación. El hecho de que la interacción entre las personas se pueda realizar entre personas pero enlazadas mediante redes telemáticas es lo que lleva a hablar de comunidades virtuales.

Otros, como Garín (Gairín Sallán J., 2006) destacan especialmente si su carácter grupal entorno a temáticas específicas, la utilización de la red, pero sobretodo al éxito que acompaña a estas comunidades cuando están ligadas a tareas, a hacer cosas o a perseguir intereses comunes.

Si bien es cierto que cada comunidad virtual tiene un modo distintivo de estructurar su organización y su actividad, existen algunos parámetros relevantes que facilitan la descripción de las distintas tipologías. Algunas características que se deben considerar son:

- Como se ha comentado anteriormente, **se desarrollan y “viven” en el ciberespacio**, por lo que sus diversos sistemas de comunicación se sirven de herramientas tecnológicas.
- Suelen disponer de **modelos de organización horizontales**, donde los distintos miembros de la comunidad disfrutan del mismo estatus.
- A esta organización horizontal subyace un pacto intrínseco de **compartición de la información y creación de conocimiento** conjunto que se apoya en el producto de las reflexiones conjuntas de los miembros.
- Lo que da sentido a la comunidad son los **intereses o metas que comparten** y que precisamente son el contenido principal de dicha comunidad.
- Los miembros asumen y fomentan unas **reglas no explícitas** relacionadas con el lenguaje, los procedimientos e incluso el contexto que marcan los intereses comunes.
- En cualquier tipo de comunidad virtual las personas pertenecientes al grupo **ocupan un rol activo** en cuanto a su participación.
- Esta actividad de los miembros suele derivar en un **sentimiento de pertenencia** e incluso se establecen **lazos emocionales**.
- La información, documentos y demás **recursos compartidos son accesibles para todos** los miembros de la comunidad.

En la actual sociedad de las comunicación y la información, los escenarios han evolucionados de un territorio geográfico a escenarios electrónicos mediados por ordenadores, móviles y tablets, entre otros soportes informáticos. Es en este panorama comunicacional donde el ciberespacio⁴⁹, impulsado por el auge de internet y su generalización a todo tipo de usuarios marca las tendencias en diversos ámbitos

⁴⁹ <http://es.wikipedia.org/wiki/Ciberespacio>

sociales, siendo uno de los referentes más significativo para el aprendizaje con que contamos (Cabero Almenara J., 2006). Esto, unido a las tendencias que apuntan a la educación y a un aprendizaje en sociedad que se apoya en los miembros de la comunidad como importancia ineludible en las tendencias de la educación privada y pública, está propiciando que las comunidades de aprendizaje virtuales se tornen como mecanismo principales que den soporte al proceso enseñanza-aprendizaje.

Tecnología de la Relación, Información y Comunicación (TRIC)

Algunos autores que empiezan a señalar como escaso el concepto de Tecnologías de la Información y la comunicación reclamando la necesidad de incluir el pilar humano y social en este entramado. Así, Gabelas (Gabelas Barroso, 2012) señalan la evolución de las TIC hacia las TRIC (Tecnología de la Relación, Información y Comunicación) y propone seis conceptos que además de aportar contenido indica posibles líneas de actuación en lo que aplicación social y pedagógica de las tecnologías se refiere:

Interacción: es habitual que en la actualidad el usuario de estas tecnologías no se limite a ser un mero espectador, participando activamente, creando y compartiendo contenidos. El modelo Emerec de comunicación desarrollado por el canadiense Cloutier así lo señala: todos los participantes en la comunicación tienen la posibilidad de ser emisores y receptores. De esta manera, cualquier interlocutor se convierte en el cetro de la comunicación aunque el aspecto quizá más relevante de este modelo es que el interlocutor considerado Emerec *“entra en interacción con otros Emerec a través de cualquier medio estableciendo así interrelaciones entre iguales”* (Aparici, R. 2010:37)

De esta idea de interacción se desprenden tres conceptos claves que marca el grado de interrelación, estrechamente vinculado a la implicación emocional de relaciones que puede generar la red (Gabelas Barroso J.A., 2012):

- **Inmediatez**, en cuanto que exige una gran velocidad en su acceso y rapidez en su respuesta, por lo que la dota de enorme complejidad;
- **Participación**, en cuanto existe una permanente invitación a la respuesta, a la recreación y producción de contenidos;

- **Individualización**, dado que la interacción se produce en un contexto personal, situacional, cultural concreto.

Conexión: con referencia directa a George Siemens y su modelo conectivista sobre de aprendizaje en la era digital, reconoce los movimientos tecnológicos en la sociedad, donde el aprendizaje ya no es una actividad interna e individualista (Siemens, 2004). Ahora, el ciclo de desarrollo que permite el conocimiento se realiza en nodos que retroalimentan el aprendizaje. Esta teoría, todavía en debate y experimentación, contextualiza los procesos de flujos de información y comunicación que generan y amplifican las redes sociales (Gabelas Barroso J.A., 2012).

Lúdico: todavía existe un cierto miedo o rechazo hacia los sistemas audiovisuales y digitales como elementos didácticos. Nos encontramos ante una posición que arranca desde un determinismo tecnológico que considera que el sujeto recibe y percibe el mensaje mediático es un ser frágil, pasivo y aislado (Gabelas Barroso J.A., 2005). Pero lo cierto es que los adolescentes ya son grandes usuarios de estos medios como la televisión, los videojuegos y las redes sociales, se quiera o no. en definitiva, es más necesario que nunca conocer más estas prácticas y ser más prudentes con los prejuicios (Gabelas Barroso J.A., 2010). Trabajar en esta línea abre nuevas puertas a los sistemas educativos en general, que tienen a su alcance un sistema con potenciales didácticos que puede provocar una alta motivación en el alumnado y les permita llegar a estos produciendo aprendizajes no sólo informales, sino también formales.

Competencia: A lo largo de este trabajo se ha intentado explicar las razones por las cuales la integración de las TIC en el aula es imprescindible. Para una óptima utilización de estas tecnologías, es necesario que los usuarios desarrollen competencias digitales apropiadas, Pero esto no se logra de manera automática al hacer posible la utilización de herramientas TIC, sino que es necesario alcanzar habilidades relacionadas con tales herramientas además de una actitud crítica en la creación y utilización de contenido, privacidad y seguridad, así como uso ético y legal. (Competencias Digitales, ITE., 2011). Esta es la gran tarea pendiente: que la educación formal y no formal aúne esfuerzos y proponga escenarios de análisis y producción mediática (Gabelas Barroso J.A., 2005), transmitiendo al alumnado una visión positiva, autónoma y saludable de la educación

incorporando en los planes educativos y sanitarios una educación de la mirada, de los hábitos de consumo audiovisual y multimedia (Marta Lazo C., 2007).

Relación: Tal y como indica Gabelas (Gabelas Barroso J.A., 2012), esta relación se produce en dos direcciones:

- **Endógena**, en la que el desarrollo del sujeto se hace a nivel cognitivo, emotivo y social.
- **Exógena**, mediante la que se integra y proyecta de forma individual, social y ambiental.

Por ello, trabajar en la integración de los medios en el ámbito educativo supone desarrollar habilidades digitales, pero también que el individuo aprenda a relacionarse con competencia en todos los niveles de relación. Como ser social que es, aparecerá integrado en un conjunto social cuando participa, en su aprender a ser, en la construcción de su convivencia (aprender a convivir y a colaborar) (Gabelas Barroso J.A., 2010, pág. 334).

En definitiva, este nuevo entorno se empieza a perfilar como nuevo movimiento que puede dar freno al desencanto del sistema escolar actual pese a los persistentes intentos de las administraciones de mejorarlo mediante reformas educativas.

Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) están tomando un impulso notable y está mejorando su accesibilidad a un mayor número de usuarios. Es en este nuevo ámbito donde las comunidades de aprendizaje toman poder y se posicionan como los nuevos entornos de socialización y producción de conocimiento.

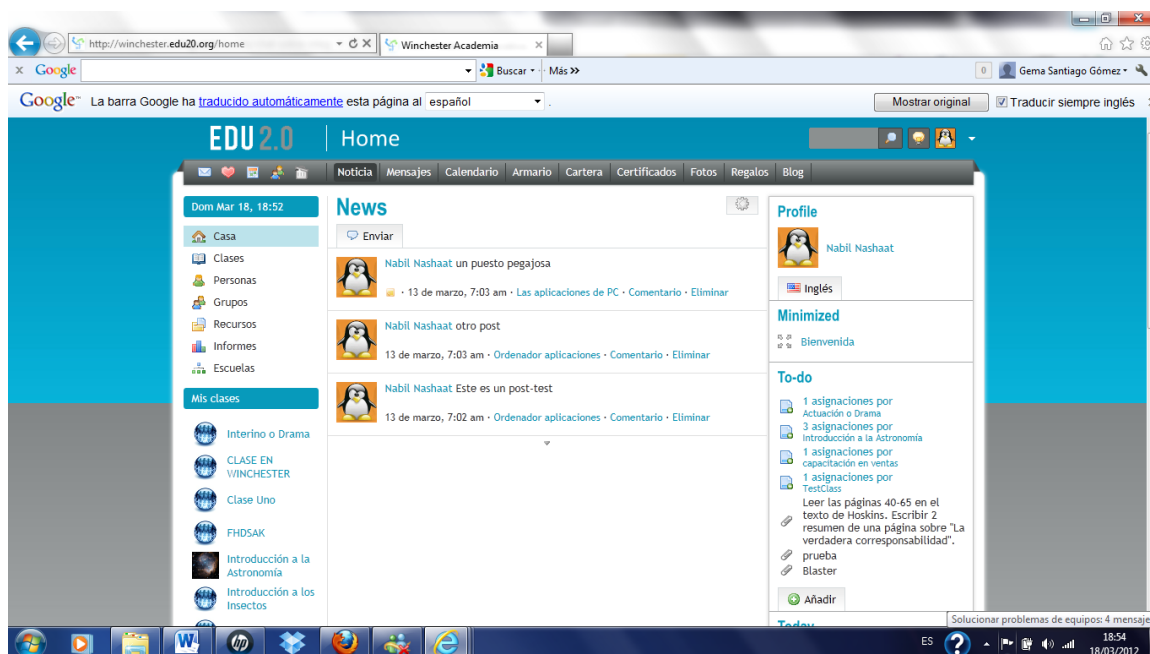
3.3 REDES SOCIALES MÁS UTILIZADAS EN EDUCACIÓN SUPERIOR

Dentro de los entornos educativos, aun en España son escasas las redes sociales que se utilizan de forma específica con fines didácticos (De Haro Ollé J. J., 2011). En el ámbito internacional encontramos algunos ejemplos o intentos de adaptación de las redes sociales para la comunicación pedagógica, aunque en este apartado se destacaran aquellas plataformas que están teniendo una mayor popularidad en nuestro país.

- **Edu 2.0**⁵⁰

Es una nueva plataforma de tipo educativo con un servicio gratuito que se puede complementar con otro de pago. Esta plataforma aunque originalmente está en inglés, puede cambiarse a otros idiomas como el castellano. Dentro de la propia plataforma Edu 2.0, el servicio está orientado dependiendo de el tipo de centro educativo u actividad que se va a llevar a cabo, pudiendo hacerse cuenta asociada a universidades, lo que ofrece unas configuraciones específicas adaptadas a este nivel educativo.

Dispone de opciones personales como los envíos de mensajes, configuración de calendario, favoritos y amigos, un porfolio denominado “cartera” donde subir documentos que se pueden compartir con otros usuarios y estos a su vez pueden hacer comentarios. En “armario” se pueden compartir documentos de vídeo, Word o pdf con opciones para hacerlos privados. Además, desde la misma plataforma se pueden modificar los documentos o presentaciones. Por otro lado, dispone de informes de los cursos donde su puede ver el nº de centros, profesores de esos centros y alumnos de los cursos. En el margen derecho están los cursos a los que se asiste como “mis clases” y los grupos a los que se pertenece.



⁵⁰ <http://winchester.edu20.org/home>

Figura 4. Imagen de la página principal de Edu 2.0 en su versión de pruebas.

- **Ning**⁵¹

Creada en 2005 y cuyo aspecto diferencial con respecto a otras redes sociales es que ofrece al usuario la posibilidad de construir sus propias redes sociales. Además, la red social dispone de herramientas como *blog*, foro, gestión de usuarios, grupos, posibilidad de generar eventos, añadir fotos y vídeos e integrar *gadgets* (Santamaría González F., 2008).

Ning por tanto es una plataforma que permite la configuración de redes sociales propias adaptando sus funcionalidades. De gran éxito en los últimos años, su popularidad se ha visto mermada por el cambio en la dinámica de negocio al convertirse en una plataforma de pago.



Figura 5. Imagen de la página principal de Ning.

- **Elgg**⁵²

⁵¹ <http://www.ning.com/>

⁵² <http://www.elgg.org/>

Otra de las redes sociales más utilizadas en los entornos institucionales y educativos. Esta plataforma aunque es gratuita, requiere de la contratación de un alojamiento web.

Consiste básicamente en un motor de redes sociales que permite la creación de una red social propia con diversas funciones y aplicaciones. Destacan entre sus herramientas el correo electrónico personal, funcionalidades específicas para la creación y gestión de grupos, compartición de ficheros on-line, blog personal y la posibilidad de compartir archivos multimedia.



Figura 6. Imagen de la plataforma Elgg

Fuente: Rolando Espinoza la Fuente <http://www.slideshare.net/darkrho/elgg-plataforma-para-redes-sociales-149219>

- **Learnhub**⁵³

Es considerada una red social de aprendizaje social ya que permite crear comunidades y se suele utilizar para gestionar cursos online generando lecciones, tests, conceptos, juegos, autorizar el curso por medio de audio y/o vídeo y dejar mensajes.

⁵³ <http://learnhub.com/>

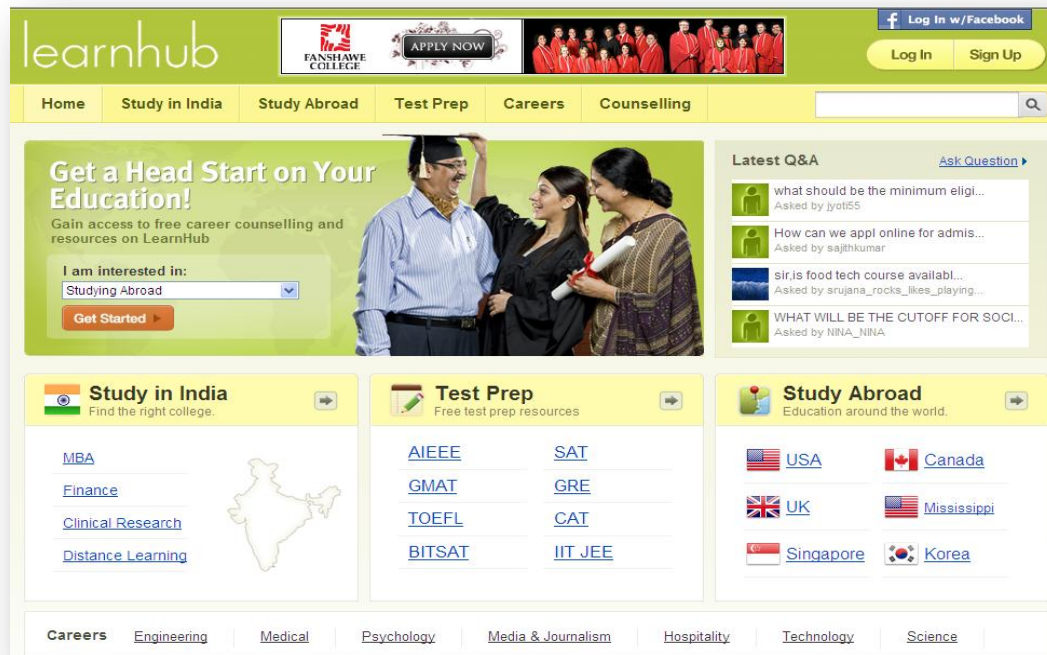


Figura 7. Imagen de la página principal de Learnhub.

3.4 OTRAS EXPERIENCIAS DE ÁMBITO ACADÉMICO UNIVERSITARIO

Son diversas las instituciones universitarias que haciendo uso de las redes sociales están impulsando la innovación metodológica docente en el aula con intención de mejorar y fomentar el trabajo comunitario: sean estas el trabajo en equipo, el trabajo colaborativo, las competencias relacionadas la capacidad para desenvolverse correctamente en equipo o mejorar las competencias digitales de los estudiantes.

A continuación, se narran algunas de las experiencias más innovadoras que se están llevando a cabo en las universidades españolas y en otras universidades de ámbito internacional.

3.4.1 UNIVERSIDADES DE ÁMBITO NACIONAL

- **Universidad de Vigo**⁵⁴

La Universidad de Vigo ya está haciendo uso de algunas funcionalidades propias de las redes sociales en el ámbito educativo, introduciendo de forma paulatina mediante

⁵⁴ <http://www.uvigo.es/>

actividades y estructurando las clases de forma innovadora para potenciar y optimizar estas plataformas ampliamente utilizadas por los alumnos y alumnas en el ámbito privado.

En la asignatura de Inteligencia Artificial que se imparte en dicha Universidad, han introducido marcadores sociales/mecanismos de votación como en la web Menéame con la intención de facilitar a los alumnos la posibilidad de explorar documentos alternativos a los oficiales de la materia en cuestión y compartir contenidos adicionales que por motivos de extensión de la asignatura, no se puede incluir inicialmente la bibliografía oficial. Además, los estudiantes pueden indagar sobre documentación y facilita tener actualizados los conocimientos en un área que ya de por sí evoluciona rápidamente.



Figura 8. Imagen de la red social de la Universidad de Vigo

Fuente: <http://www.nievesglez.com/2010/05/redes-sociales-universitarias-abiertas.html>

En dicha asignatura, la actividad en cuestión consistía en la realización de mini-trabajos derivados de seminarios presenciales impartidos por los docentes al final de cada bloque temático (cuatro en total). Este mini-trabajo debía incorporar dos referencias relacionadas con el bloque localizado en la web. En la actividad en cuestión, que era de tipo voluntario, participaron 58 de los 80 estudiantes matriculados en la asignatura (72,5%) (Ribadas F.J., 2010).

Para la puesta en común de los recursos localizados en la web, se utilizó la plataforma de código abierto Pligg⁵⁵, con una serie de adaptaciones para personalizarla: los enlaces pasan de estado “en cola” a “publicadas” una vez han sido valoradas por el resto de usuarios, en este caso, los compañeros de clase. Para el sistema de votación, se otorga inicialmente 10 puntos de karma, que varía entre 5 y 40 dependiendo de la votación que reciba. La evolución de en cola a publicadas se produce cuando el enlace acumula 50 puntos durante los 15 días posteriores a la publicación.

En cuanto a los resultados obtenidos de la experiencia, entre los 58 estudiantes aportaron un total de 579 enlaces, de los cuales 228 promocionaron a la categoría de “publicados”, ascendiendo el número total de votos emitidos a 2.571.

Los autores de esta experiencia destacan algunos aspectos que han supuesto dificultades adicionales, principalmente la poca objetividad de las votaciones y la escasa participación de los estudiantes a la hora de hacer comentarios (Ribadas F.J., 2010).

▪ **Universidad del País Vasco**⁵⁶

Son diversos los autores que señalan algunas de las dificultades que los docentes encuentran en la puesta en práctica de actividades de tipo colaborativo, no sólo por las dificultades a nivel pedagógico que tienen que superar, sino también las dificultades que encuentran para llevar a cabo el nuevo rol del docente, más orientado a guía en el aprendizaje. Entre las dificultades que encuentran los docentes, (Collazos C., Guerrero L. & Llaña M., 2001) se señalan:

- Pérdida de control en la clase;
- Falta de preparación por parte de los profesores;
- Miedo a no poder entregar toda la información con respecto a unos contenidos;
- Falta de material;
- Ego del profesor;
- Resistencia de los alumnos/as al trabajo en grupo;

⁵⁵ <http://pligg.com/>

⁵⁶ <http://www.ehu.es/p200-home/es>

- Falta de familiaridad con algunas técnicas del proceso colaborativo.

En la Universidad de País Vasco (Euskal Herriko Unibertsitatea) ha realizado una iniciativa innovadora para indagar sobre estos posibles temores que los docentes experimentan con los nuevos entornos sociales. Por ello, se introdujo *Facebook* en la asignatura troncal Modelos de los Medios de Comunicación, perteneciente según el plan de estudio a segundo curso de las licenciaturas de Publicidad, Periodismo y Comunicación Audiovisual. El objetivo de la iniciativa es involucrar al estudiante en un proceso de aprendizaje permanente, donde se fomentan la colaboración y el intercambio (Meso Ayerdi K., Pérez Dasilva J.A., Mendiguren Galdospin T., 2009).

Para ello, se creó un grupo cerrado en *Facebook* denominado “Modelos de Comunicación” de forma que los integrantes de dicho grupo sólo tenían acceso al mismo mediante invitación, quedando así esta gestión en manos de los administradores. La actividad en cuestión se propuso a los estudiantes como experiencia piloto, por lo que no era una actividad independiente, sino que daba apoyo a los trabajos principales de la asignatura. Para diseñar las actividades, se tuvieron en cuenta diversas funcionalidades de la plataforma social, como las opciones de envío de mensajes a grupos, configuración del perfil y las funcionalidades de los grupos y la compartición de archivos.

- **Universidad de las Palmas de Gran Canaria⁵⁷**

La red social Sociedad y Tecnología, es un espacio construido sobre la plataforma Elgg desarrollada en la Universidad de las Palmas de Gran Canaria. El espacio en cuestión, es una red social de aprendizaje que permite desarrollar entornos de trabajo colaborativos entre sujetos con muy diferente rol: estudiantes, profesores, profesionales, etc.

La web desarrollada a los efectos facilitaba la adopción de distintos roles, creando un entorno donde estudiantes y docentes pudieran optar por seguir un modelo de

⁵⁷ <http://www.ulpgc.es/>

aprendizaje social participativo online, transformándose así en eAprendices. (Medina Molina M., Rubio Reyes B., Nelson Santana J.C., Galán Moreno M., 2011).

Las funcionalidades más relevantes de esta red social son:

- **Blog:** espacio de unión de blogs externos a la plataforma. Se pueden hacer comentarios que se redirigen al blog externo.
- **Microblogging:** similar a los tweets de Twitter. Permite lanzar mensajes escritos de corta duración y que son de carácter público.
- **Grupos:** dentro de la plataforma, permite crear grupos por intereses de los usuarios. Estos grupos se pueden localizar por tags. Dispone también de *ranking* de los grupos más relevantes mediante el criterio de nº de miembros, los últimos grupos creados y los últimos temas tratados.



Figura 9. Detalle de la página principal de la Red Social "Sociedad y Tecnología".

Fuente: <http://www.sociedadytecnologia.org/groups/all?filter=discussion>

En la actualidad, esta red contiene 1635 participantes activos, de los cuales un alto número la utilizan para establecer relaciones sociales de amistad (4885 enlaces de amistad), mientras que el aprendizaje/trabajo colaborativo queda restringido a entornos de la red mucho más específicos como son las comunidades de prácticas (793 enlaces de comentarios a objetos). (Medina Molina, M., Rubio Reyes, B., Nelson Santana, J.C., Galán Moreno, M., 2011).

▪ **Universidad Politécnica de Madrid**⁵⁸

En enero de 2009 la Unidad Docente de Organización de Empresas del Departamento de Economía y Gestión Forestal de la Escuela Técnica Superior de ingenieros de Montes de la Universidad Politécnica de Madrid desarrolló una red social dirigida principalmente a estudiantes, pero también a docentes cuyos intereses giran alrededor de la economía de la empresa. Pese a que inicialmente esta red social se desarrolló sobre la plataforma Ning, cuando esta se hace de pago, la red social se adapta a Google⁵⁹ y a sus distintas aplicaciones.

Economía de la empresa es un área del conocimiento vinculado dentro de la Universidad a diversas titulaciones, como Ingeniería de Montes, Ingeniería del Medio Natural, Ingeniería Forestal o Ingeniería en Cartografía y Geodesia de la Universidad Politécnica de Madrid, que se convierte en el público objetivo de la red.

El objetivo de dicha red consistió principalmente en crear un entorno de relaciones con intereses comunes a la economía de la empresa e incidir en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes. La metodología utilizada se basó en fomentar no sólo las competencias tradicionales, que se suelen desarrollar mediante la puesta en práctica de actividades basadas en estudio de casos, aprendizaje basado en problemas o exposiciones, sino también favorecieron el desarrollo de competencias 2.0, muy demandadas y necesarias en la actualidad.

Tras la experiencia se concluye que existen algunas dificultades que acompañaron a la iniciativa (Avilés-Palacios C., López-Quero M., García-Alfonso J., Rodríguez-Olalla A., 2011):

- En referencia a la dinamización de la red, sólo un 10% de los alumnos participaba activamente compartiendo documentos, mientras que el resto se descarga los documentos y tiene una participación pasiva.

⁵⁸ <http://www.upm.es/institucional>

⁵⁹ <https://sites.google.com/site/6montesupm/>

- En relación al punto anterior, se pone de manifiesto un alto coste de tiempo por parte de los docentes implicados en la asignatura y promotores de la red para su mantenimiento y no correr el riesgo de una muerte prematura por desuso.
- También se encontró problemáticas añadidas con el uso de documentos de propiedad intelectual. Por ello, los docentes tuvieron que restringir la utilización de material y limitarla a aquellos contenidos digitales que tuvieran licencia de uso *Creative Commons* convenientemente citada.

▪ **Universidad Europea Miguel de Cervantes⁶⁰ y Universidad Francisco de Vitoria⁶¹**

La Universidad Europea Miguel de Cervantes junto a la Universidad Francisco de Vitoria realizaron un estudio cuantitativo mediante cuestionario estructurado (15 preguntas) con el fin de conocer el uso dado de las redes sociales en el ámbito universitario. Dicho estudio se llevó a cabo durante el curso lectivo 2008-2009 con 264 estudiantes de entre 18 y 24 años pertenecientes a ambas universidades.

Cabe destacar dos aspectos de los resultados de dicha investigación (Tapia Frade, Gómez Nieto, Herranz de la Casa, & Matellanes Lazo, 2010):

- Por un lado, la red social Tuenti parece ser la más popular entre los estudiantes universitarios.
- En cuanto la autopercepción de intensidad de uso, los encuestados afirman mayoritariamente no ser ellos mismos quienes usan estas aplicaciones con mayor intensidad (59,5% de los casos), si bien tampoco afirman ser los que menos las usan (45,8% de los casos).

Finalmente, no se han identificado agrupaciones específicas entorno a determinados líderes ni tampoco se puede llegar a determinar estructuras de liderazgo similares a los entornos físicos, aunque como bien indica en estudio, el tamaño de la muestra puede haber sido una limitación para obtener datos concluyentes en este sentido.

⁶⁰ <http://www.uemc.es/es/Paginas/default.aspx>

⁶¹ <http://www.ufv.es/>

- **Universidad de Sevilla⁶²**

Durante el curso académico 2010-11, la Universidad de Sevilla, en concreto en el Máster en formación en Formación del Profesorado de Educación Secundaria, se inició una red social como sistema de encuentro de docentes, pero sobretodo de estudiantes de las distintas especialidades del Máster. Esta red social se utilizaba principalmente como espacio de intercambio de conocimiento relacionado con la disciplina impartida en el máster, utilizando los foros como lugar donde preguntar y debatir (De Haro Ollé, 2011, pág. 395).

En la actualidad, esta página esta en desuso tal y como se ha podido comprobar accediendo a la página principal [consulta realizada el 5 de junio de 2012] <http://group.ps/mastersecundariasevilla>.

En esta misma universidad existe otra iniciativa a nivel institucional basada en redes sociales <http://web20.us.es>, pero por su carácter restringido (necesita usuario de la universidad para poder entrar) y por los problemas actuales con la página (los vínculos están estropeados), no se puede profundizar más sobre ellas.

Pese a ello, es importante destacar ambas iniciativas de la universidad como pioneras dentro del uso de estas herramientas en el ámbito de la educación superior.

3.4.2 UNIVERSIDADES DE ÁMBITO INTERNACIONAL

- **Universidad de Buenos Aires⁶³**

El proyecto Redes Educativas 2.1 se desarrolla desde la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. En concreto se aplicó a dos cursos de la materia Tecnologías Educativas de la Carrera y Profesorado de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires, durante el 2º cuatrimestre del 2009 y el 1.er cuatrimestre del 2010 (Levis D., 2011).

Entre los objetivos del proyecto, destaca (Levis D., 2011):

⁶² <http://www.us.es/>

⁶³ <http://www.uba.ar/homepage.php>

- Mejorar las competencias tecnológicas de los usuarios estableciendo sinergias positivas entre estas redes y los estudiantes y docentes.
- Crear dinámicas de trabajo colaborativo y cooperativo mediante estas redes.

Este proyecto, que se ha postulado en este ámbito como uno de los de mayor impacto por su carácter innovador, ha conseguido desarrollar una red social específica que se adapta a las necesidades del grupo y al modelo pedagógico que caracteriza a cada titulación en varios cursos presenciales de la universidad y en el curso de capacitación docente.

Además ha conseguido mediante esta iniciativa vincular los contenidos curriculares de las distintas materias participantes en la experiencia a medios informáticos, siendo esta una de las asignaturas pendientes en el ámbito universitario.

- ***Espacio Común de Educación Superior a Distancia⁶⁴ (ECOESAD)***

De ECOESAD es una iniciativa mexicana interuniversitaria que pretende impulsar la innovación en la educación superior a distancia. De ella surge la Red de Investigación e Innovación en Sistemas y Ambientes Educativos (RIISAE), que tal y como indican en su página web⁶⁵: “El objetivo planteado por este grupo es promover y desarrollar investigación multi, inter y transdisciplinaria en las áreas de ciencias de la educación, de la computación y la información así como en las sociales que permita comprender e innovar la educación mediada por tecnología, entendiendo el fenómeno como un sistema complejo en el que intervienen diferentes actores y procesos, y que se da en una diversidad de ambientes. Todo ello para coadyuvar a alcanzar una educación innovadora con mayor calidad, pertinencia y extensión.

Distribuyen sus líneas de investigación en cuatro puntos principales:

- Redes de conocimiento y aprendizaje.
- Modelos y ambientes educativos mediados por TIC.

⁶⁴ <http://www.ecoesad.org.mx/index.html>

⁶⁵ <https://sites.google.com/site/riisae/antecedentes>

- Gestión y calidad de sistemas y programas en ambientes educativos mediados por TIC.
- Política educativa y cambio social.

Desde 2008 y Mediante este espacio, 39 universidades públicas mexicanas trabajan colaborativamente a través de redes temáticas generando contenido en línea utilizando los medios sociales. (Informe Horizon, 2010:17).

▪ **Proyecto Facebook⁶⁶ en Argentina**

Este proyecto liderado por Alejandro Piscitelli es un de las iniciativas que mayor repercusión mediática y social ha tenido en los últimos años. La iniciativa se desarrolló durante el año 2009 en el marco de la Cátedra de Procesamiento de Datos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires

Los aspectos principales de la experiencia se basan fundamentalmente en utilizar La red social Facebook convirtiéndose en objeto de análisis y plataforma de un trabajo colaborativo para la creación social de un producto final de tipo audiovisual (Informe Horizon, 2010:17).

En este espacio los protagonistas son los estudiantes, que mediante estrategias basadas en el aprendizaje entre pares que tiene sus orígenes en el Edupunk⁶⁷ se modifican los roles clásicos de estudiante y docente, siendo los estudiantes los que modelan el contenidos de aprendizaje y el profesor que orienta o tutoriza la actividad.

Aunque la iniciativa todavía está en curso, se publicó por la editorial Ariel en 2012 el libro “El proyecto Facebook y la posuniversidad: Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje”, donde se detalla las acciones realizadas por este grupo innovador.

4 METODOLOGÍA

En este apartado de explica la metodología de estudio utilizada tanto en el análisis de necesidades de la población, como en las fase de implantación en usuarios reales.

⁶⁶ <http://www.proyectofacebook.com.ar/>

⁶⁷ <http://es.wikipedia.org/wiki/Edupunk>

En general, y siendo coherentes con los objetivos de la investigación, la metodología de estudio se basará principalmente en análisis de tipo **cuantitativo**, aunque la posibilidad de realizar preguntas abiertas permitirá complementar la investigación con información cualitativa.

Este estudio da comienzo con en el análisis de diversas redes sociales horizontales con la intención de valorar cuáles son sus funcionalidades, así como otras herramientas que necesitarían los miembros de una comunidad universitaria (sean estos los docentes y estudiantes universitarios), para integrar las redes sociales como herramienta pedagógica, atendiendo a las metodologías de aprendizaje que subyacen a la actividad educativa. Este paso se realizará de forma previa al diseño del cuestionario para garantizar el correcto planteamiento de las preguntas e indagar cuáles de estas funcionalidades son las más utilizadas entre la población objeto de estudio, siendo esta, una de nuestras preguntas de investigación.

Entre nuestras preguntas de investigación se considera la posibilidad de la existencia de herramientas virtuales que los estudiantes y docentes estén utilizando con fines académicos, aunque éstas no estén dentro del repertorio de funcionalidades de las redes sociales. Por ello, se realizará también una prospección de estas herramientas digitales y su uso actual en entornos educativos, pues nos interesa conocer el comportamiento y la conducta de estudiantes y docentes en este sentido.

La metodología para producir información se ha basado en la encuesta (Corbetta P., 2007:63) que se apoyará en el diseño de un cuestionario semiestructurado aplicado a una muestra de la población.

La elección de esta metodología se justifica por varios motivos:

- Por un lado, de los objetivos de la investigación surge la necesidad de conocer la opinión, actitudes y creencias y, en definitiva, las motivaciones de los estudiantes y profesores en referencia a las redes sociales y su utilidad como herramienta de apoyo en el proceso de enseñanza aprendizaje.
- Además, una de las pretensiones de nuestra investigación es obtener información que pueda ser generalizada a otros entornos universitarios y esta

metodología de estudio permite obtener información de un número más o menos grande de informantes.

- Por otro lado, la imposibilidad de estudiar la totalidad de la realidad social (Corbetta P., 2007: 272), no obliga a sustituir el conjunto de la población actual (14000 estudiantes matriculados durante el curso académico 2010/11 y los 2200 docentes) por una muestra accidental de la misma.
- Finalmente, este tipo de metodología nos permiten procedimentar la aplicación del cuestionario dentro del propio Campus Virtual de la universidad. Esto nos posibilita llegar a un mayor número de estudiantes y docentes y completar el proceso de forma más rápida.

La elección de un cuestionario semiestructurado se explica por dos motivos principales:

- El orden y la estructura de las preguntas es siempre el mismo para todos los participantes, lo que facilita los análisis estadísticos posteriores.
- La posibilidad de que los entrevistados puedan responder de forma abierta a alguno de los ítems, enriquece la investigación y nos permite no perder información que pudiera ser relevante en un ámbito que ya dispone de escasa documentación científica debido a su carácter innovador.

Como se ha comentado en este apartado, de los datos obtenidos se realizarán dos tipos de análisis: uno de tipo cuantitativo, basado principalmente en análisis descriptivos y correlacionales, y otro de tipo cualitativo a raíz de las respuestas abiertas de las que dispondrá dicho cuestionario.

En la fase de implantación se seleccionó a los usuarios a través de un muestreo no-experimental y cuyos comportamientos permitieran cierta extrapolación a otras poblaciones.

La recogida de información se ha realizado a través del estudio de indicadores sobre el uso de las principales funcionalidades implantadas.

4.1 JUSTIFICACIÓN DE ESTUDIO SOCIOLÓGICO

Como se ha comentado anteriormente, el enfoque metodológico utilizado fue mayoritariamente de tipo cuantitativo, aunque apoyado también en análisis cualitativos. El diseño empleado fue no-experimental. Una vez obtenidos los datos estadísticos, se contrastaron mediante estudios descriptivos y correlacionales con el programa estadístico SPSS PASW Statistics 18, con el fin de tratar los objetivos principales de la investigación. En cuanto a los datos cualitativos, su análisis se realizó mediante categorías manuales.

Para este estudio de investigación se diseñó un instrumento específico destinado a obtener la información necesaria para alcanzar los objetivos propuestos: conocer con qué frecuencia utilizan las redes sociales entre los estudiantes y docentes de la universidad, ámbitos o contextos más frecuentes de utilización, qué funcionalidades de estas redes sociales son las más utilizadas, así como otras herramientas 2.0 demandadas para el ámbito académico.

La finalidad de su elaboración era poder establecer la relación existente entre el uso de las redes sociales y el ámbito académico en la formación del alumnado universitario, por lo que se utilizaron preguntas concretas de opinión, actitudes y creencias de la realidad vital de estudiantes y docentes en este ámbito.

En definitiva, era necesario conocer las motivaciones de esta población y evaluar el tipo de aspectos que valora como positivas y ofrecen utilidad para el apoyo al proceso de enseñanza y aprendizaje. Por este motivo, en el momento en el que se plateó el diseño del citado cuestionario se siguieron las siguientes fases:

1. Definición de los objetivos del cuestionario:

- Constatar el grado de uso de alumnos y docentes de servicios on-line.
- Saber el tipo de redes sociales que se usan por parte del alumnado y el profesorado.

- Analizar el grado de utilidad los estudiantes y docentes ofrecen a las redes sociales para le ámbito académico.
- Determinar el uso que los alumnos y docentes hacen de estos servicios de comunicación social.
- Conocer las dificultades que estudiantes y docentes encuentran con el uso de las redes sociales en su ámbito vital.

2. Planificación y diseño del cuestionario, destacando sus diferentes apartados: frecuencia de uso, ámbitos de utilización, valoración de funcionalidades, dificultades para su utilización.

3. Elaboración y selección de preguntas.

4. Análisis de la calidad de las preguntas, sometido a juicio de expertos, simplificando o aclarando algún ítem.

5. Análisis de la fiabilidad y validez del cuestionario a partir de:

- a. validez de constructo, siguiendo el juicio de expertos y consistencia interna,
- b. homogeneidad de los ítem en cada subtest y el alfa de Cronbach calculando mediante la varianza de ítems,
- c. realización de una prueba piloto, seleccionando una pequeña muestra para corregir posibles dificultades a la hora de responder el cuestionario.

6. Redacción final del cuestionario.

7. Diseño de la muestra.

8. Recogida de información y análisis de datos.

En resumen, el esquema procedimental del diseño metodológico es el siguiente:



A continuación se detallan todas las fases del proceso.

ANÁLISIS DE FUNCIONALIDADES

Para garantizar que las funcionalidades que se desarrollaran en el futuro se adaptaban a las necesidades de la comunidad, se realizó un estudio previo para analizar el actual uso de las redes sociales, su vinculación con la actividad educativa y la valoración de las posibles herramientas que podrían complementar el actual Campus Virtual.

Para el análisis de necesidades, se realizó una prospección de las diferentes herramientas que actualmente existen en la web 2.0 susceptibles de ser utilizadas de forma frecuente por nuestros estudiantes y profesores, de las redes sociales tanto verticales como horizontales más populares a nivel nacional y de las funcionalidades específicas que resultaran de interés para una red social con fines educativos. .

En total, se localizaron 55 redes sociales que bien por el número de usuarios o bien por su difusión en los medios eran susceptibles de ser estudiadas para conocer con más detalle

cuáles eran las funcionalidades que dichas plataformas virtuales contemplaban entre el repertorio de herramientas. Estas redes fueron categorizadas según las temáticas y el público al que se dirigían en cuatro subgrupos:

- **Generales:** se incluyen en esta categoría aquellas redes sociales cuya temática no corresponde a ninguna materia específica y la relación entre sus miembros se establece mediante patrones horizontales, sin discriminar entre roles jerárquicos.
- **Fans:** corresponden a este sub-apartado las plataformas sociales que en la que sus miembros comparten una temática de interés, generalmente relacionado con el actividades de ocio, en torno a la cual giran las relaciones establecidas y el intercambio de opiniones y documentos.
- **Contenidos:** son redes sociales específicas para el intercambio de archivos, normalmente de tipo multimedia: vídeos, fotos y podcast.
- **Específicas:** esta categoría contempla redes sociales sobre temáticas específicas relacionadas en su mayoría con actividades laborales.

Tras esta clasificación, se seleccionó finalmente 23 de estas redes sociales, que por su carácter popular entre los potenciales usuarios y su componente innovador, nos permitiera identificar funcionalidades que resultaran de interés para una red social de tipo universitario.

Las funcionalidades fueron evaluadas en una escala de 0 a 4, según se su utilidad para una red social con fines académicos. Esta evaluación fue realizada por un grupo de cinco expertos atendiendo a las siguientes herramientas:

- Mensajería instantánea
- Redes sociales desde dispositivos móviles
- Correo electrónico
- Llamadas telefónicas a través de la propia red
- Videoconferencia
- Herramientas para la creación y gestión de grupos de trabajo
- Compartir ficheros on-line

- Editar ficheros on-line
- Blog personal (muro)
- Calendario compartido
- Favoritos o marcadores (Bookmarks)
- Sistema de créditos
- Geolocalización
- Cumpleaños
- contenidos multimedia
- otros de interés

DISEÑO DE CUESTIONARIO

El cuestionario diseñado pretende conocer cuál es la opinión de los encuestados sobre el uso de las redes sociales actuales, qué redes sociales son las más utilizadas por nuestra población objeto de estudio y cuáles son las funcionalidades más demandadas por estos para el uso de una red social en el ámbito educativo.

Además, se ha preguntado a los encuestados sobre el uso de otras tecnologías digitales actuales del mercado y aspectos posibles que produzcan cierta reticencia hacia el uso de estas tecnologías.

Para la correcta redacción de los ítems se han seguido las recomendaciones de Olea J., Ponsoda V., Revuela J., García C. & Abad F. (2003).

- Utilización de tiempo presente.
- Evitar el uso de negaciones y de universalidades.
- Frases cortas, simples e inteligibles.
- No plantear la existencia o no de hechos correctos, sino el posicionamiento personal.
- Declaraciones en sentido positivo.
- Tener en cuenta que lo que se dice en la declaración pueda ser asumido por alguien y no por todos.

Se seleccionó un tipo de cuestionario basado en una prueba de rendimiento típico ya que lo que se pretende es reflejar su opinión o actitud, mostrando el comportamiento

ordinario de los encuestados. El diseño del cuestionario final fue de tipo semiestructurado combinando preguntas cerradas y abiertas, con el objetivo de recopilar la mayor cantidad de información posible.

La organización final de cuestionarios se estructuró en 5 bloques. Los primeros tres bloques están orientados a la obtención de información sobre la frecuencia de los servicios on-line disponibles en la red (bloque 1) Frecuencia con la uso de las redes sociales y su contexto (bloques 2 y 3). Los dos últimos bloques obtienen información sobre la valoración personal de los encuestados ante la utilidad de determinadas funcionalidades para el ámbito académico universitario (bloque 4) y aspectos de que pueden retrotraer la utilización de estas redes (bloque 5). Se establecieron finalmente los siguientes enunciados:

1. Frecuencia con la que utilizas servicios on-line para tu actividad universitaria
2. Frecuencia con el uso de las siguientes redes sociales
3. Frecuencia con la que utilizas las redes sociales en los siguientes contextos
4. Valoración la utilidad de las siguientes funcionalidades para una red social con carácter universitario/académico
5. Valoración la adecuación que a tu juicio tienen los siguientes enunciados con un posible rechazo al uso de las redes sociales

El formato de respuesta se ajustó a una escala tipo *likert*⁶⁸ con 5 posibles respuestas (siendo 1 muy bajo y 5 muy alto), permitiendo así la valencia neutra. Aunque la ordenación de las categorías de respuesta fue numérica, se establecieron nominalmente los dos extremos de respuesta para facilitar la lectura y la respuesta a los ítems por parte de los encuestados.

El cuestionario final se compuso por 38 ítems, con 4 ítem con opción de respuesta abierta y 34 de tipo cerrado (véase Anexo I).

⁶⁸ http://es.wikipedia.org/wiki/Escalas_Likert

DISEÑO DE LA MUESTRA

Siendo conscientes de que la población de alumnos objeto de estudio era demasiado amplia para aplicar el cuestionario a todos los individuos (14000 estudiantes y 2200 docentes), se seleccionó entre los alumnos una muestra representativa según las distintas titulaciones atendiendo a la modalidad de impartición (presencial/on-line/en horario de fin de semana para profesionales) y su representación en cada Facultad/Escuela (*tabla 1*).

La selección de estudiantes se realizó con un margen de error muestral del 1,7% para un nivel de confianza del 95%, seleccionando finalmente a 2.668 estudiantes de la población de origen (14000 estudiantes pertenecientes a distintas titulaciones de cada Facultad/Escuela).

En cuanto a los profesores, dicho cuestionario se hizo llegar a los 2200 profesores dados de alta en el Campus Virtual, entre externos, asociados y tiempo completo.

4.2 FASE PILOTO DE IMPLANTACIÓN

Para la puesta en usuarios reales de las primeras implementaciones, la metodología de estudio utilizada para evaluar los principales comportamientos en la red de los actores principales ha sido de tipo cuantitativo, apoyado en información de tipo cualitativo, principalmente de usuarios y técnicos referentes a mejoras y opiniones generales de las funcionalidades.

El objetivo de esta prueba piloto era principalmente:

- Garantizar el correcto funcionamiento de la red a nivel técnico con un número elevado de usuarios.
- Identificar mejoras técnicas en las funcionalidades para futuros desarrollos.
- Conocer el uso que docentes y estudiantes hacen de estas funcionalidades para detectar acciones de formación y/o difusión que mejoren su utilización.

Por ello, gran parte de los análisis han sido de tipo cuantitativo atendiendo a los siguientes indicadores:

- **Nº usuarios**
 - Profesores
 - Alumnos/as
- **Nº de mensajes enviados**
 - Totales
 - Media por usuario:
 - Alumnos
 - profesores
 - Por grupo
 - Por Facultad/Escuela
- **Nº de archivos**
 - Alumnos/as
 - Profesores
 - Por grupo
 - Por Facultad/Escuela
- **Grupos creados**
- **Nº de amigos que tiene un usuario** (entre profesor-profesor, profesor-alumno, alumno-alumno).

DISEÑO DE LA MUESTRA

Se seleccionó una muestra representativa de los 17.593 estudiantes matriculados en el curso académico 2011/12. Se eligieron finalmente 2.157 estudiantes de todas las Facultades/Escuelas, con un error de 2% para un nivel de confianza del 95%.

Facultad/Escuela	Total alumnos/as	%	Total alumnos/as muestra	%
Arquitectura	2194	12,47	263	12,34
Artes y comunicación	1425	8,1	210	9,85
Ciencias de la Salud	3491	19,84	498	23,36
Biomédicas	3194	18,15	353	16,56
Ciencias de la actividad física y el	1753	9,96	179	8,4

deporte				
Politécnica	2291	13,02	290	11,59
Ciencias sociales	3245	18,44	364	17,92
Total	17593	100	2157	100

Tabla 1. Detalle de la muestra de usuarios para prueba piloto

Para la selección de la muestra se tuvo en cuenta tanto la modalidad de impartición como recoger los distintos niveles de titulaciones impartidos en a universidad, siendo estas Ciclos Formativos de Grado Superior, Licenciaturas, Grado, Máster y Doctorados.

Nivel de estudios/Programa	N	%
Ciclo Formativo de grado Superior	17	0,79
Grado	1583	73,39
Licenciatura	227	10,52
Máster	310	14,37
Doctorado	20	0,93
Total	2157	100

Tabla 2. alumnos seleccionados según nivel académico/programa.

En cuanto a la modalidad de impartición, se seleccionó a 276 estudiantes que cursas sus asignaturas en modalidad 100% on-line y 1881 en modalidad presencial, tanto en horario compatible con la actividad profesional (HCAP) como entre semana.

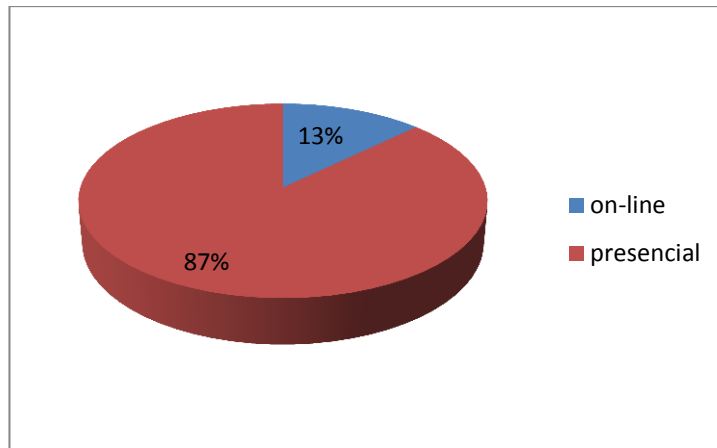


Figura 10. porcentaje de alumnos seleccionados que cursas sus titulaciones en modalidad on-line o presencial.

Se selecciono también 791 docentes pertenecientes a todas las facultades/Escuelas que impartían clase en las titulaciones de la muestra.

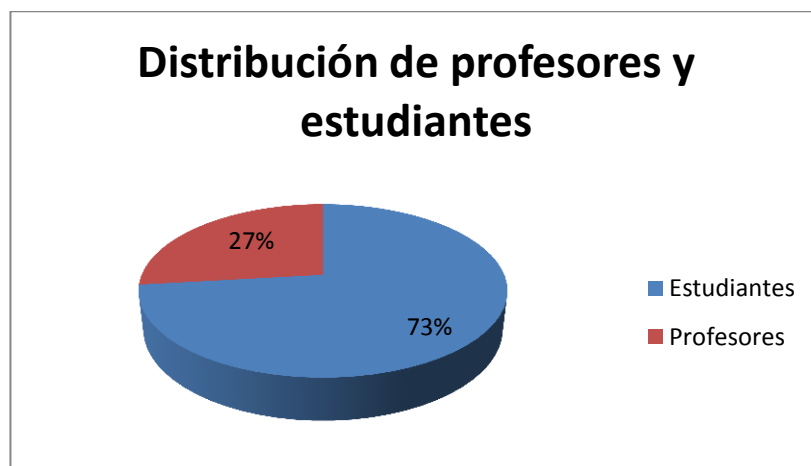


Figura 11. Distribución de profesores y estudiantes en la muestra

Para que aquellos usuarios que no pertenecían a la muestra pudieran unirse a la red y poner las funcionalidades sociales en el campus, se diseñó un banner que se situó en la página principal del Campus virtual para acceder de forma directa. De esta manera, se facilita los contactos en la red ya que es necesario tener esta capa social para poder ser contacto de otros usuarios y establecer relaciones de “amistad”.



Figura 12. imagen de banner para unirse a la red.

Además, se realizaron comunicaciones especiales a los grupos de interés identificados dentro de la universidad y se les facilitó un manual de uso de las nuevas funcionalidades sociales (Anexo IV). Estos grupos de interés fueron:

- Estudiantes de la muestra
- Docentes de la muestra
- Equipo técnico del campus virtual
- Órganos de Gobierno de la Universidad

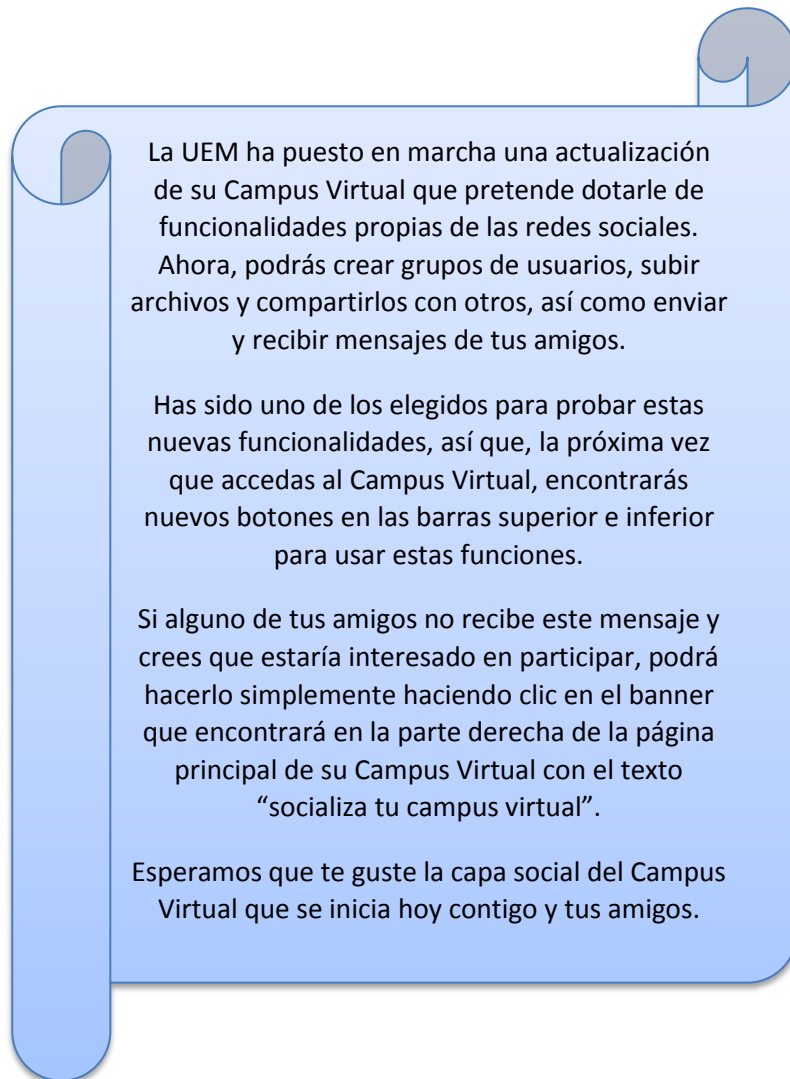


Figura 13. Carta informativa dirigida a estudiantes seleccionados en la muestra piloto.

5 ANÁLISIS REALIZADOS

5.1 ANÁLISIS DE FIABILIDAD Y VALIDEZ DEL CUESTIONARIO

Para garantizar que los ítems planteados son buenos medidores del comportamiento que pretendemos evaluar, se aplicó el cuestionario provisional a un grupo reducido de la población a la que está dirigida la prueba, sean estos estudiantes y docentes de la universidad. La forma de recogida de la información fue similar a la establecida en el procedimiento de la encuesta final a la muestra total: de forma on-line mediante la inserción del cuestionario en el campus virtual de la universidad, basado en Moodle 1.9. En esta prueba previa la encuesta fue contestada por 58 participantes.

Se han comprobado estadísticamente los análisis de la fiabilidad y validez del cuestionario.

➤ **Validez**

Validez de contenido:

Para obtener la validez de contenido se utilizó el criterio de jueces expertos en el tema para valorar la congruencia entre los diversos ítems y los diversos objetivos. El procedimiento a seguir fue el siguiente:

1. Especificar los diversos objetivos que se pretenden evaluar.
2. Elaborar varios ítems para cada objetivo.
3. Seleccionar una muestra de expertos en el contenido del test.
4. Pedirles que, según su opinión, asignen cada ítem al objetivo que pretende medir.
5. Seleccionar los ítems en los que los expertos manifiestan mayor acuerdo en sus clasificaciones.

De esta fase de análisis se eliminaron finalmente 2 ítems y modificaron la redacción de 10. Tras tres revisiones se configuró el cuestionario final basado en 5 bloques que se sometió a prueba con el grupo al que contestaron 58 participantes.

Pese a esta evaluación, algunos expertos señalan la posibilidad de que ciertas variables extrañas influyan en los resultados finales, como que estos reflejan una pobre relación entre actitudes y comportamiento o el deseo de agradar por parte de los encuestados. Estos aspectos se han tenido en cuenta en el análisis final de los resultados y las conclusiones principales obtenidas mediante estos datos.

➤ **Fiabilidad**

Uno de los aspectos básicos para valorar la correcta estructuración de un cuestionario es el cálculo del **índice de homogeneidad de los ítems**. Este indicador nos informa de el grado en que cada ítem esta midiendo lo mismo que la prueba globalmente o el grado en el que contribuye a homogeneidad o consistencia interna del test. Dado que el test

se diseñó en 5 bloques con contenidos distintos, se calculó la correlación existente entre las puntuaciones directas del subtest concreto (Olea J., 2003, pág. 15)

A continuación se muestran las tablas con los índices homogeneidad obtenidos entre los ítem de correspondientes a un mismo bloque.

uso de servicios on-line			
	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
Ítem 1	,802**	0	51
Ítem 2	,520**	0	52
Ítem 3	,517**	0	54
Ítem 4	,649**	0	55
Ítem 5	,681**	0	53
Ítem 6	,279*	0,038	56
Ítem 7	0,137	0,319	55
Ítem 8	,380**	0,005	53
Ítem 9	,418**	0,002	53
Ítem 10	,499**	0	53
Ítem 11	,615**	0	54
Ítem 12	,590**	0,008	19

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 3. Índice de homogeneidad de los ítems del bloque 1 "uso de servicios on-line".

Tipos de redes sociales			
	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
Ítem 13	,631**	,000	55
Ítem 14	,455**	,001	50
Ítem 15	,768**	,000	51
Ítem 16	,762**	,000	49
Ítem 17	,525*	,037	16

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 4. Índice de homogeneidad de los ítems del bloque 2 “tipos de redes sociales”.

Contexto de uso de redes sociales			
	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
Ítem 18	,773**	,000	50
Ítem 19	,838**	,000	53
Ítem 20	,875**	,000	53

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 5. Índice de homogeneidad de los ítems del bloque 3 “contexto de uso de redes sociales”.

uso de servicios de comunicación social			
	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
Ítem 21	,515**	,000	53
Ítem 22	,504**	,000	53
Ítem 23	,770**	,000	54
Ítem 24	,683**	,000	54
Ítem 25	,674**	,000	54
Ítem 26	,797**	,000	52
Ítem 27	,760**	,000	54
Ítem 28	,804**	,000	52
Ítem 29	,513**	,000	54
Ítem 30	,798**	,000	53
Ítem 31	,665**	,000	53
Ítem 32	,636**	,000	54
Ítem 33	,712**	,000	54
Ítem 34	,183	,570	12

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 6. Índice de homogeneidad de los ítems del bloque 4 “uso de servicios de comunicación social”.

	Valoración de las redes sociales		
	Correlación de Pearson	Sig. (bilateral)	N
Ítem 35	,667**	,000	54
Ítem 36	,653**	,000	54
Ítem 37	,747**	,000	53
Ítem 38	,596	,119	8

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

* La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 7. Índice de homogeneidad de los ítems del bloque 5 “valoración de las redes sociales”.

Como se puede comprobar, la mayoría de los ítems tienen una correlación alta y positiva con la variable que pretenden medir, por lo que contribuyen claramente a la homogeneidad o consistencia interna del test. En el caso del ítem 34, pese a tener una consistencia interna baja, se decidió mantenerlo en el cuestionario final ya que se trata de una pregunta de tipo abierto que permite recoger información relevante no se haya contemplado inicialmente en el cuestionario final. En cuanto a los ítems 6 y 7, que también tienen un índice de homogeneidad baja, se decidió mantener en el cuestionario por la especial relevancia que tiene el uso del correo electrónico y del correo del Campus virtual entre los docentes y estudiantes de la universidad.

Para garantizar definitivamente la fiabilidad del cuestionario se recurrió al índice de consistencia interna **Alfa de Cronbach** mediante la técnica de la varianza de los ítems (Olea J., 2003, pág. 43), donde:

- K es el nº de ítems
- S_j^2 es la suma de la varianza de los ítems
- S_x^2 es la varianza del test

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{S_j^2}{S_x^2} \right)$$

Aplicando esta fórmula a los datos obtenidos en la prueba con el grupo previo de 58 participantes, obtenemos $\alpha = 0,868$

Ya que el alfa de Cronbach resultante es $.868 > .8$, podemos concluir que el cuestionario es un instrumento fiable, las mediaciones obtenidas del mismo son consistentes (todos tienden a medir un mismo constructo) y estables.

6 RESULTADOS OBTENIDOS

6.1 ESTUDIO PREVIO DE NECESIDADES

La encuesta fue contestada por un total de 142 docentes y 339 estudiantes (Figura 14), pertenecientes a todas las Facultades/Escuelas de la Universidad (Figura 15).

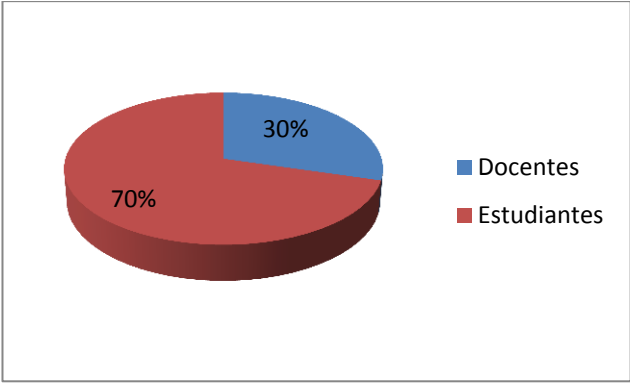


Figura 14. Porcentaje de encuestados según perfil

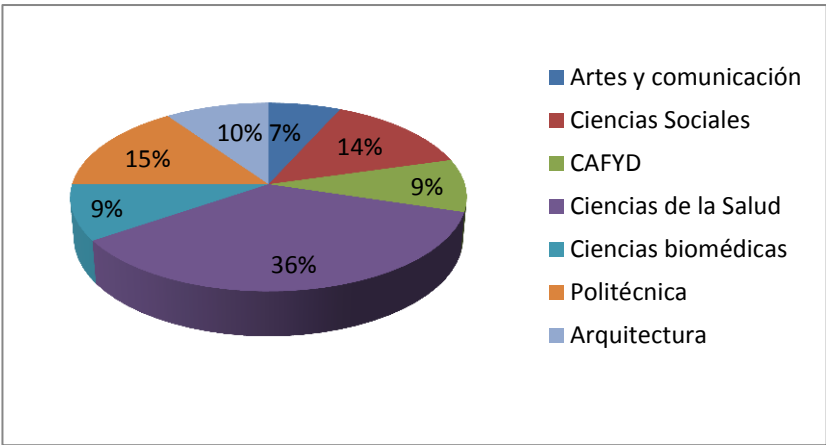


Figura 15. Distribución de los encuestados según Facultad/Escuela

En cuanto a la distribución por edades, existe un mayor porcentaje de estudiantes que contestaron la encuesta menores de 25 años (Tabla 9), pese a que entre existen

modalidades con horario compatible con la actividad profesional (HCAP) y on-line, cuyo perfil se suele asociar a estudiantes más mayores. De hecho, el mayor porcentaje de estudiantes que contestó a la encuesta según la modalidad de impartición fueron los presenciales de lunes a viernes, con un 80%, seguido de los que cursan su titulación en horario de fin de semana (HCAP) con un 13% y on-line con un 7% (Figura 16). En cuanto a la distribución de edades de los profesores, como era esperable una mayoría supera los 35 años (73,9%) (Tabla 9).

Edad	Estudiantes	n	Docentes	n
<25	55,7%	189	3,5%	5
26-30	18,0%	61	8,5%	12
31-35	8,3%	28	14,1%	20
36-40	8,3%	28	23,2%	33
>41	9,8%	33	50,7%	72
Total	100%	339	100%	142

Tabla 8. Distribución de estudiantes y docentes según edad.

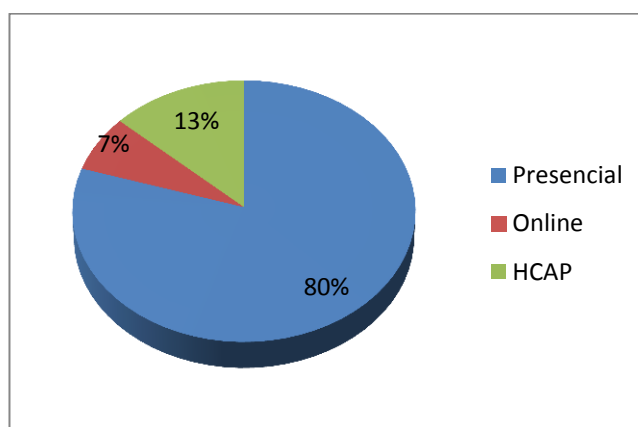


Figura 16. Porcentaje de estudiantes encuestados según la modalidad de impartición.

Para establecer si hay diferencias estadísticamente significativas en el promedio de medias entre el grupo de profesores y el grupo de estudiantes, se aplica la prueba *t de Student* para muestras independientes.

Estableciendo como criterio $p > ,005$, los datos obtenidos nos permiten concluir que no existen diferencias estadísticamente significativas entre las medias del grupo de docentes y el grupo de profesores, a excepción del uso de las redes sociales comerciales Tuenti y Twitter ($p=0,009$ y $p=0,025$ respectivamente), el interés por disponer de funcionalidades que permitan las llamadas telefónicas de forma gratuita ($p=0,028$) y la valoración de que las redes sociales son difíciles de utilizar ($p=0,027$).

Ítem	PERFIL	N	Media	Desviación típ.	Diferencia de media	Error típ. de la media	t	sig	p
Frecuencia de uso de la red social Tuenti	Docente	142	2,22	1,710	-,459	,143	-2,601	,009	,009
	Estudiante	338	2,68	1,788	-,459	,097			
Frecuencia de uso de la red social Twitter	Docente	142	1,58	1,132	-,274	,095	-2,060	,000	,025
	Estudiante	336	1,85	1,402	-,274	,076			
Utilidad de llamadas telefónicas para una red social universitaria	Docente	141	3,45	1,317	-,288	,111	-2,197	,778	,028
	Estudiante	336	3,74	1,304	-,288	,071			
Dificultad de uso	Docente	141	1,92	1,070	-,252	,090	-2,063	,024	,027
	Estudiante	339	2,17	1,276	-,252	,069			

Tabla 9. Diferencias estadísticamente significativas entre estudiantes y docentes

- **Compañeros agregados en tus redes sociales**

Si observamos el porcentaje de estudiantes y docentes que tienen agregados a compañeros de clase y/o profesión, ambos perfiles coinciden en tener entre 26-75% de sus contactos universitarios agregados a alguna red social.

Compañeros agregados	Alumnos	n	Profesores	n
<25%	9,4%	32	17,9%	24
26-50%	28,3%	96	31,3%	42
51%-75%	32,4%	110	24,6%	33
>76%	29,8%	101	26,1%	35
Total	100%	339	100%	134

Tabla 10. estudiantes y profesores que tienen agregados a compañeros de clase y/o profesión en redes sociales

- **Frecuencia con la que utilizas servicios on-line para la actividad universitaria**

Además, de los servicios on-line disponibles en la actualidad para la actividad universitaria, el 60,3% utiliza de forma frecuente o muy frecuente la mensajería instantánea y un 96,7% el correo electrónico. Las redes sociales son utilizadas para dicha actividad por el 42,6% y un 37,5% lo hace desde sus dispositivos móviles de forma frecuente o muy frecuentemente.

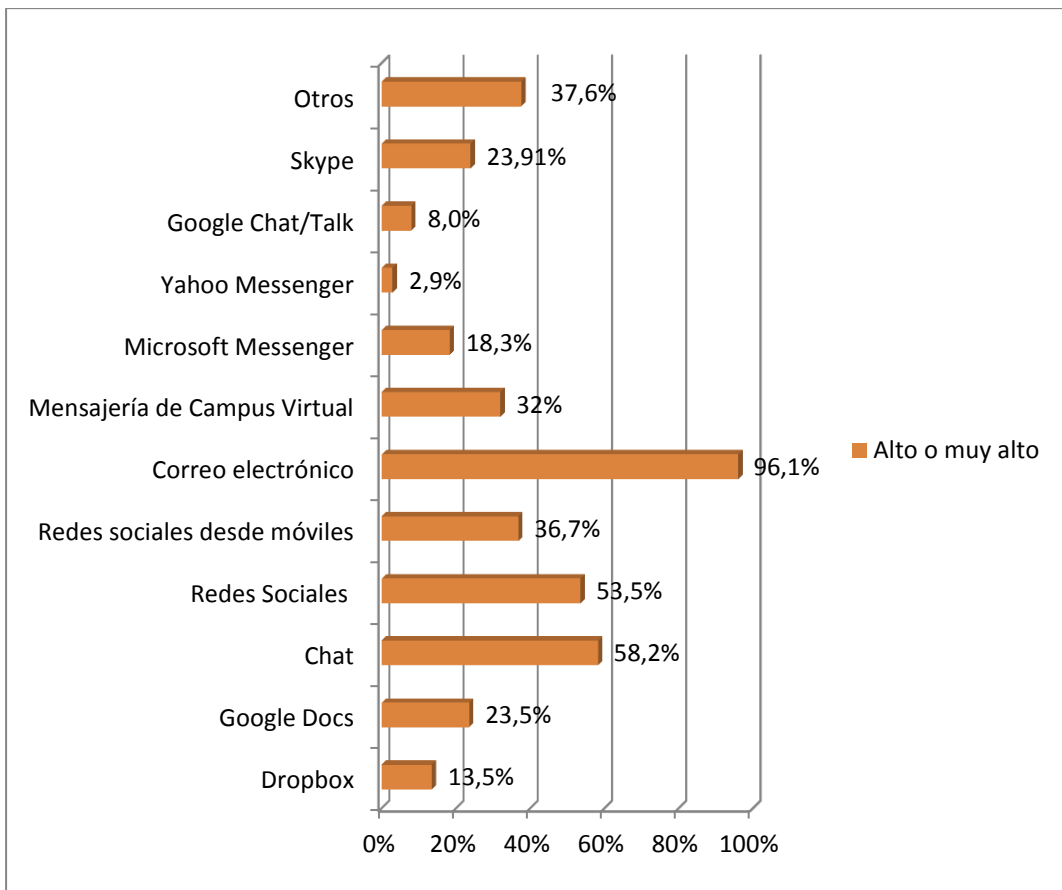


Figura 17. Frecuencia con la se utilizan servicios on-line para la actividad universitaria de forma alta o muy alta

Otros servicios online que fueron señalados como utilizados en la actividad universitaria:

Badoo
Bing
Blackberry messenger (5)
Blog
Doodle
enfermeria21
Facebook (7)
Tuenti (8)
WhatsApp (2)
FaceTime (iPhone)
feelsinapsys
Flickr
Foro Campus Virtual (foro,wikis) (3)
Fring
Gmail chat
Google Calendar
Hotmail Messenger (5)
linked in
Servicios de descargas (Megaupload)
Mercury
Moodle (2)
Spotify (2)
Titsanpad
Twiter (4)
Ventrilo
Viber (3)
Tango
Waht
WhasApp (27)
WebEX
Wikipedia (2)
Youtube

- **Frecuencia con el uso de las redes sociales.**

Tras los análisis cuantitativos y cualitativos realizados, podemos apreciar que, en cuanto a la penetración de las redes sociales en dicha comunidad, destaca especialmente Facebook, con un uso frecuente o muy frecuente del 53,4% y en segundo lugar Tuenti, con un 35,2%. Menos incidencia tiene en este sentido Twitter, con un 14,6% o la red social para profesionales LinkedIn, con un 7,5%.

Redes sociales	N	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Facebook	483	22,60%	10,10%	13,90%	17,00%	36,40%
Tuenti	483	51,60%	7,90%	5,40%	6,20%	29,00%
Twitter	481	69,00%	8,90%	7,50%	4,80%	9,80%
LinkedIn	484	77,90%	8,30%	6,40%	4,80%	2,70%
Otros *	168	87,50%	1,20%	4,20%	1,80%	5,40%

Tabla 11. Redes sociales comerciales más utilizadas

***Otras redes utilizadas:**

- Blackberry messenger
 - Buzz
 - Dentared
 - Educaguia.net, E-conciliate.net
 - Flickr
 - Foursquare (2)
 - Tumblr (2)
 - Hotmail
 - Myspace
 - Orkut
 - Tumblr (2)
 - Stumbleupon
 - Washap (4)
 - Wipley
 - Xing
 - Youtube

- **Frecuencia con la que utilizas las redes sociales en distintos contextos**

Si valoramos las actividades para las cuales se dan uso las redes sociales, en los entornos profesionales y académicos, son utilizados de forma frecuente o muy frecuentemente por el 38% y el 26,8% respectivamente de nuestros encuestados, aunque es claramente en el entorno personal donde más se utiliza, con un 68,3%.

Ámbito de uso	N	Muy bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy alto
Académico	468	29,1%	11,5%	21,4%	22%	16%
Profesional	477	34,2%	18,7%	20,3%	13,8%	13%
Personal	479	14,4%	8,8%	8,6%	13,4%	54,9%

Tabla 12. actividades para las cuales se dan uso las redes sociales.

- **Valoración de la utilidad de las siguientes funcionalidades para una red social con carácter universitario/académico**

Otra información relevante para nuestro estudio reside en las funcionalidades más demandadas para una red social con fines académicos, han sido especialmente valoradas como útiles o muy útiles las herramientas para la gestión y creación de grupos de trabajo (73,9%), compartir y editar ficheros (78,6% y 72,7% respectivamente) así como poder enlazar dichos archivos al Campus Virtual (76,4%). Las herramientas que permiten una comunicación síncrona obtienen una buena aceptación entre nuestra población, considerando como útil o muy útil las llamadas telefónicas a través de la red (57,1%) y la videoconferencia (65,1%), así como la disponibilidad de la red en los dispositivos móviles (66,6%).

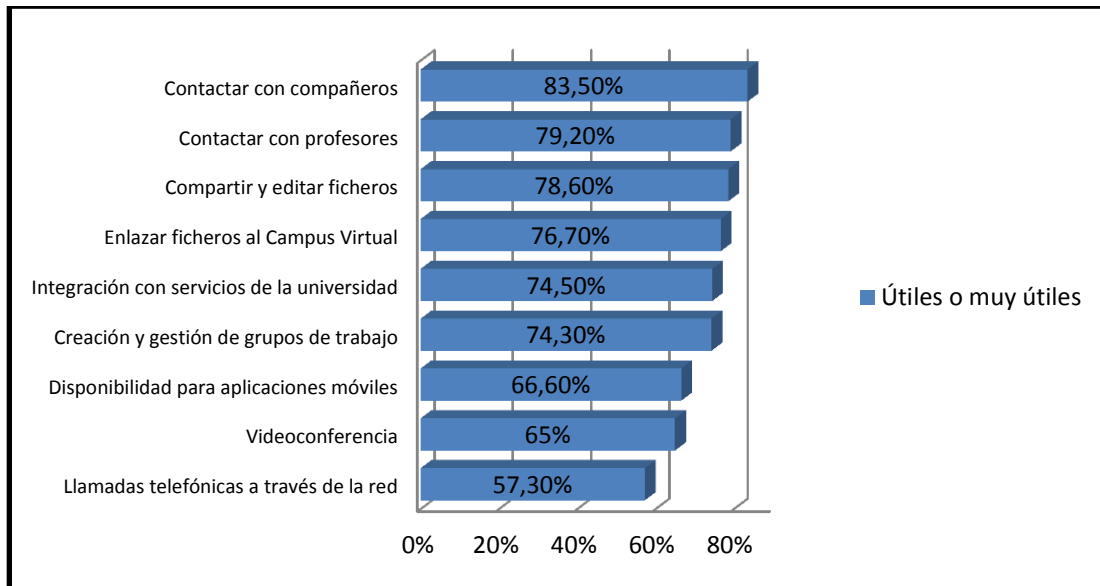


Figura 18. funcionalidades valoradas como útiles o muy útiles para una red social universitaria

También se valora de forma positiva que se disponga de un calendario compartido (60,7% lo ha considerado útil o muy útil) así como la integración con otros servicios que ofrece la Universidad (74,4%). Un menor interés parece suscitar la posibilidad de crear un blog personal (27,6%) y utilizar bookmarks (43,5%). En cuanto a la pregunta abierta sobre otras funcionalidades que resultaran de utilidad una red social estudiantil/académica, se obtuvieron los siguientes resultados:

- Almacenaje archivos/ Disco duro virtual (2)
- Búsqueda mediante Google dentro de la misma red
- Chat (2)
- Conversaciones con varios contactos en la misma conversación
- Creación de eventos
- Evernote
- Foros y blogs
- Creación de grupo por cursos,
- Pantalla compartida (Skype)

Tabla 13. respuestas a la pregunta abierta sobre funcionalidades deseables para una red social de carácter universitario.

- **Aspectos por sugieren rechazo para al uso de las redes sociales**

En cuanto a la pregunta sobre los aspectos por los cuales son consideradas como poco útiles o atractivas, destaca especialmente la poca confianza que todavía suscitan en cuanto a la privacidad se refiere, pues el 58,7% de los encuestados las consideran uno de los principales factores de reticencia para su uso. Aunque no es la única, pues la proliferación estas redes y la multiplicidad de los canales de comunicación, la falta de habilidades y conocimientos de uso y su todavía escasa adaptación a los dispositivos móviles, son también factores que disminuyen el uso de estas herramientas en el ámbito académico.

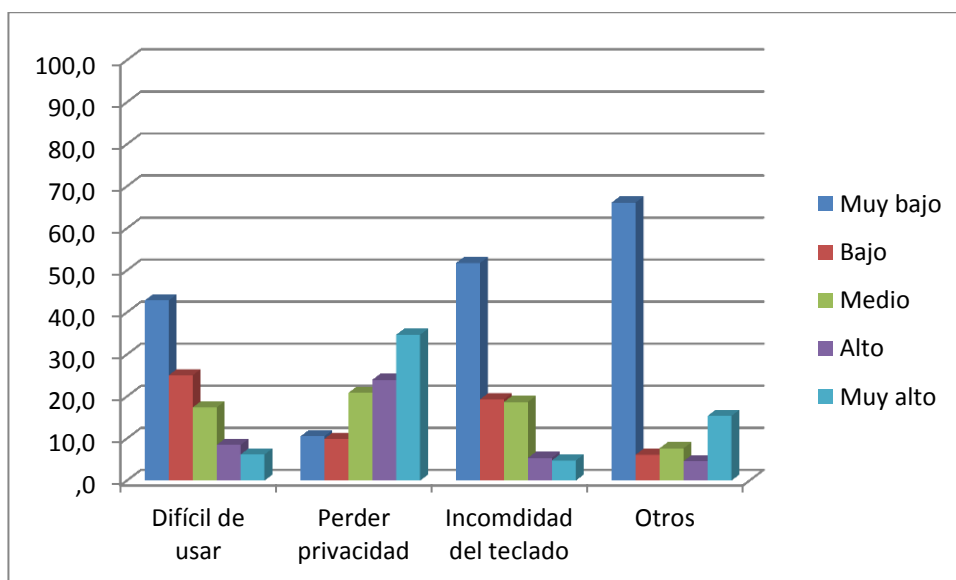


Figura 19. Aspectos por sugieren rechazo para al uso de las redes sociales

La pregunta abierta nos ha permitido indagar y complementar la información de estos factores, que hemos dividido en tres categorías principales:

1. **Información:** Se refiere a reticencias basadas en la excesiva carga de información y proliferación de este tipo de plataformas.
2. **Tecnológicas:** poca confianza en calidad del soporte.
3. **Aspectos sociales:** temores hacia la falta de intimidad y/o aislamiento social.

Información

- ¿Para qué quiero otra si ya tengo Tuenti Facebook y Twitter?
- Captar atención. Para usar la red social de la UEM, habrá casi que obligar a su utilización, para poder comunicarte con TODOS.
- Comunicación de profesores con alumnos a través de estas redes
- El campus virtual y el correo son suficientes para mí. ¿Sera añadir otra aplicación más?
- el control de la información
- Es otra tarea más que chequear a diario
- las herramientas que existen ya son adecuadas, no me resulta necesario
- mas tiempo delante del ordenador
- Parece exigir atención 24h 7 días
- Requiere de una inversión de tiempo adicional de la que no quiero/puedo disponer
- Tener muchos canales diferentes de comunicación
- ya hay muchas redes sociales, quita mucho tiempo

Tecnología

- El acceso a internet
- El posible rechazo en el caso de la implantación de una red social en el campus será el posible mal funcionamiento de la misma como ocurre con el campus virtual.
- es una vía muy lenta
- la página o la aplicación pesa mucho y en el móvil me cuesta muchísimo cargarlo
- No estar adecuado para dispositivos móviles
- No tienen las funciones necesarias (posibilidad de envío de archivos, conversaciones comunes a varias personas...)

Aspectos sociales

- Aislamiento social
- Control de la gente
- Falta de popularidad, poca interacción
- No existe una comunicación fluida
- Me molesta que utilicen mis datos para enviarme publicidad
- Me preocupa el contenido de las redes sociales
- Miedo al cambio
- No querer mezclar espacio personal y profesional
- No tengo conocimiento
- perdida del significado de amistad
- Prefiero llamar directamente al interesado o, si no, escribirle un correo o un sms
- Robo de intimidad
- sin control de personas que acceden a datos personales

Tabla 14. Otros aspectos negativos para la utilización de las redes sociales.

6.2 DESARROLLO E IMPLEMENTACIÓN DE LAS PRIMERAS FUNCIONALIDADES.

A partir de los datos obtenidos y dando especial relevancia a las funcionalidades más demandadas por los estudiantes y profesores encuestados (Figura 18), se comenzó a realizar los desarrollos e implementaciones necesarias ofrecer funcionalidades sociales al actual Campus Virtual. Una de las herramientas más demandadas resultó ser la posibilidad de mantener relaciones e interactuar con otros usuarios (contactar con profesores 79,2% y contactar con compañeros 83,5% consideradas como útiles o muy útiles). Hasta el momento, la única relación que podían tener los usuarios era mantener una lista de sus contactos, pero no permitía la comunicación de manera bidireccional.

Atendiendo a estos criterios, se implementan y diseñan las funcionalidades de la red, que se pueden agrupar en dos categorías: funcionalidades de tipo social y funcionalidades de tipo académico. A continuación se describen ambos tipos de herramientas.

- **Funcionalidades Sociales**

Son aquellas funcionalidades orientadas a establecer comunicación con otros usuarios y mejorar la interacción entre los miembros.

- **Buscador:** ubicado en la barra superior, permite la búsqueda de usuarios de la red y de grupos denominados “espacios”.

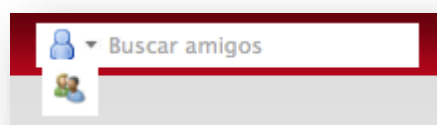


Figura 20. Buscador de amigos y grupos.

- **Solicitudes de amistad:** Opción de envío directo de mensajes a otros usuarios (Figura 22) para establecer relaciones dentro de la red. Una vez localizado el usuario en el buscador (Figura 21), aparece la opción de “solicitar amistad” en el margen derecho, junto al perfil del usuario buscado.



Figura 21. solicitud de amistad de un usuario.

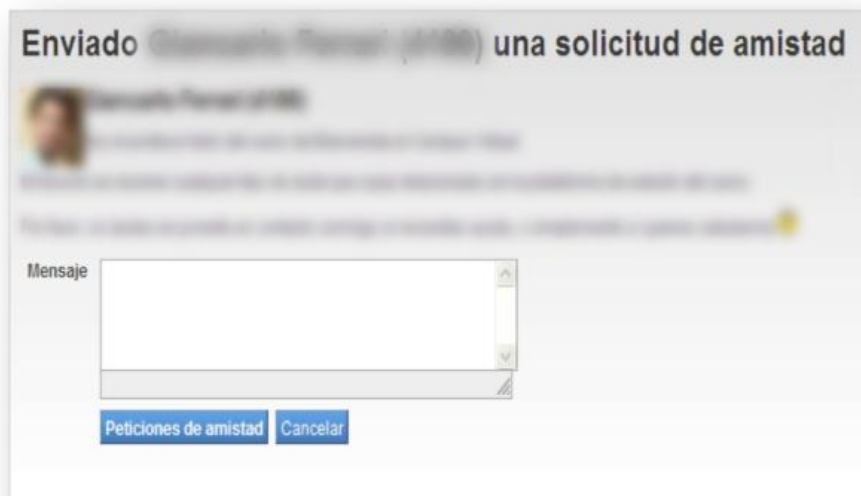


Figura 22. Envío directo de mensajes para solicitar amistad

- Ver listado de amigos: Permite el acceso directo al listado de amistades que un usuario tiene en la red. Desde esta listado, se dispone de la opción de enviar a cada amigo un mensaje o eliminarlo de sus amistades (Figura 23).



Figura 23. Listado de amistades de un usuario.

Para acceder a este listado, el usuario sólo tiene que hacer clic en el icono de acceso rápido creado a estos efectos, situado en la barra inferior de herramientas.



Figura 24. Icono de acceso rápido para ver el listado de amigos de un usuario.

- Mensajería: Se ha desarrollado un sistema de mensajería con un nuevo medio que permite la búsqueda directa de compañeros entre sus contactos y enviarles un mensaje que reciben mediante una notificación en la dirección de e-mail del destinatario. También se puede acceder a esta herramienta desde el icono de acceso rápido (Figura 25).



Figura 25. Icono de acceso rápido para ver la mensajería personal.

- **Funcionalidades Académicas**

En este sentido, se ha dado prioridad a las herramientas para la creación de un e-portfolio o un espacio privado donde el usuario pueda subir sus propios archivos y clasificarlos, así como a las funcionalidades que permite la gestión de grupos de trabajo.

- Creación de espacios o grupos: a esta herramienta se puede acceder desde la opción “mis espacios” de la barra superior. El usuario dispone de varias opciones que se abren mediante un desplegable. Las opciones se basa principalmente en crear nuevos grupos a partir de “añadir nuevos grupos” y acceder a los grupos a los que pertenece o ha creado, mediante “mis grupos sociales”. Además, dispone de un icono específico para identificar los grupos en los que el usuario es administrador y por tanto, tiene permiso de edición y para confirmar o denegar solicitudes de otros usuarios (Figura 26).



Figura 26. Desplegable de “Mis espacios” para la gestión de grupos.



Figura 27. Icono de administración de grupos.

A continuación se detallan las características de las funcionalidades propias para la gestión y creación de grupos.

- Creación de un grupo: La creación de grupos sólo dispone de un campo obligatorio, el nombre del grupo (Figura 28). A continuación, el usuario dispone de un campo para la descripción del grupo, la opción de añadir automáticamente a cualquier nuevo usuario de la red, suscripción a las notificaciones del grupo y el tipo de membresía. Este último campo (Figura 29) permite la configuración de la privacidad del grupo, con tres opciones:
 - ✓ **Membresía abierta**: Cualquier usuario puede ingresar al grupo sin necesidad de aprobación.

- ✓ **Membresía a petición:** Los usuarios podrán solicitar la pertenencia al grupo y tendremos la opción de aceptar o cancelar la petición.
- ✓ **Sólo por invitación:** Los administradores del grupo serán los únicos que pueden invitar a sus amigos a formar parte del espacio.

Figura 28. Formulario para la creación de grupos.

Figura 29. Opciones de privacidad del grupo.

En la barra de accesos rápidos también se ha creado un icono de notificaciones, donde los usuarios administradores de un grupo reciben las solicitudes de pertenencia al grupo de otros usuarios de la red (Figura 30).



Figura 30. Icono de notificaciones pendientes y solicitudes de pertenencia a un grupo o espacio.

Una vez creado el grupo, los usuarios miembros disponen de un foro propio donde compartir opiniones y un espacio grupal de compartición de archivos con un límite máximo de 200 GB con la posibilidad de organizarlo en carpetas.

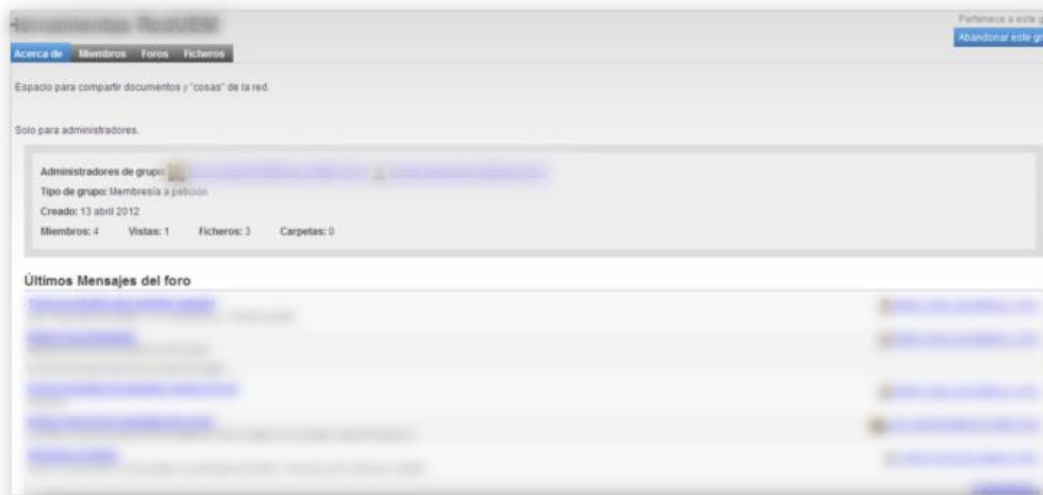


Figura 31. Interfaz principal de un grupo o espacio.



Figura 32. Opciones de compartición de archivos y carpetas de un espacio.



Figura 33. Ejemplo de miembros de un grupo o espacio.



Figura 34. Foros de discusión de un espacio.

Hasta el momento, los únicos grupos de trabajo compartidos posibles eran organizados por el docente y por lo general, los estudiantes carecían de permisos de edición o gestión. Con esta nueva herramienta, se proporciona a los estudiantes la posibilidad de crear de forma sencilla grupos sociales, donde puedan invitar a sus amigos, compartir contenidos e intercambiar mensajes a través de los foros.

- **Mis Archivos:** Esta funcionalidad, que tiene acceso desde la barra de herramientas superior, permite a los usuarios subir archivos personales con un límite máximo de espacio de 50 MB. Además, puede generar carpetas para para organizar la documentación.



Figura 35. interfaz para subir archivos personales.

Por último, cabe destacar las pequeñas modificaciones que ha sufrido la interfaz para su adaptación a las nuevas funcionalidades. Para crear la apariencia de un único entorno virtual, se dio a ambas plataformas la misma apariencia, de forma que la experiencia de los usuarios es la de estar en un único entorno con una única interfaz. Las principales modificaciones se han producido en la barra superior de navegación y en un espacio inferior que contiene iconos de acceso rápido que se han descrito anteriormente. En la barra superior se ha agregado un desplegable que muestra tanto nuestros espacios actuales como aquellos a los que el usuario ha sido invitado por otros usuarios. Además, permite un acceso directo al e-portfolio y a nuestra lista de cursos académicos (Figura 36). En la barra de accesos rápidos, situada en el inferior de la página principal, se han agregado los iconos de mensajería y el de amistades (Figura 37).



Figura 36. Detalle de la barra superior de navegación

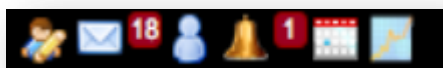


Figura 37. Detalle de iconos de acceso rápido

Por otro lado, en ambos espacios se han agregado varios sistemas de alertas, que permite a los usuarios visualizar de forma rápida y sencilla posibles notificaciones como las invitaciones a nuevos grupos o la entrada de nuevos mensajes y peticiones de amistad.

6.3 PRIMERAS EXPERIENCIAS CON USUARIOS

Las funcionalidades fueron implantadas en usuarios reales el 14 de abril de 2012. Los resultados que se exponen a continuación muestra la evolución del uso de las funcionalidades sociales hasta el 6 de junio. En total, 54 días.

- **Evolución de usuarios en la red**

La evolución en número de usuarios ha ido en aumento constante desde su implantación, pasando 314 profesores y 955 estudiantes el primer día de implantación a 695 y 2584 respectivamente (Figura 38). En términos de porcentaje, la red ha aumentado en un 38,70% desde el inicio hasta el día 54 de su implantación.

En la actualidad, la red dispone de 3.279 usuarios, de los cuáles 707 no pertenecían a la muestra y han accedido a través del banner situado en la página principal del campus.

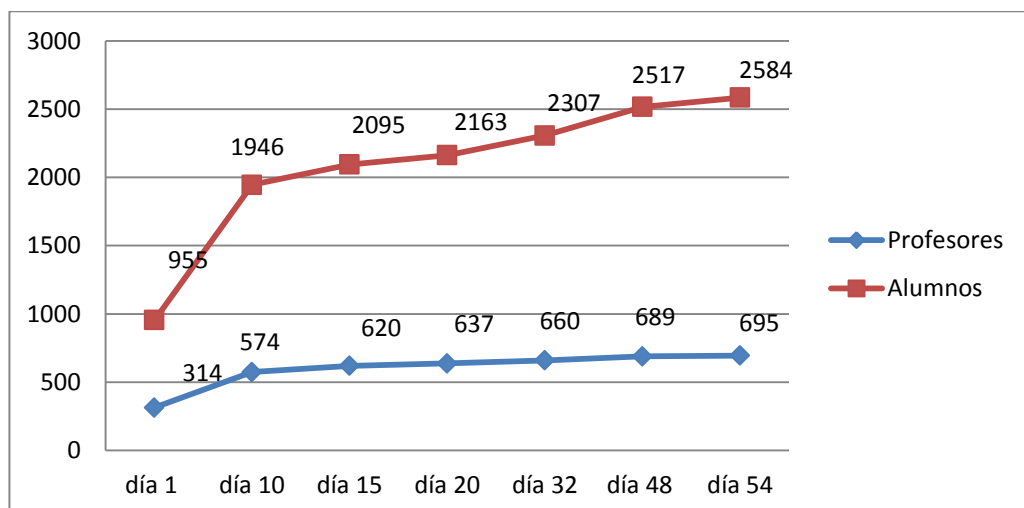


Figura 38. evolución de usuarios de la red

- **Mensajes enviados**

La evolución del envío de mensajes entre usuarios ha sido positiva, aumentando en un 12,52% desde el primer día al 54, fecha de la última medición. Cabe destacar que proporcionalmente el incremento de envío de mensajes ha sido mayor entre docentes con 357 mensajes enviados que entre estudiantes con 330, teniendo en cuenta que en este momento del estudio los docentes representaban el 21,20% (n=695) de usuarios y los estudiantes en 78,80% (n=2584).

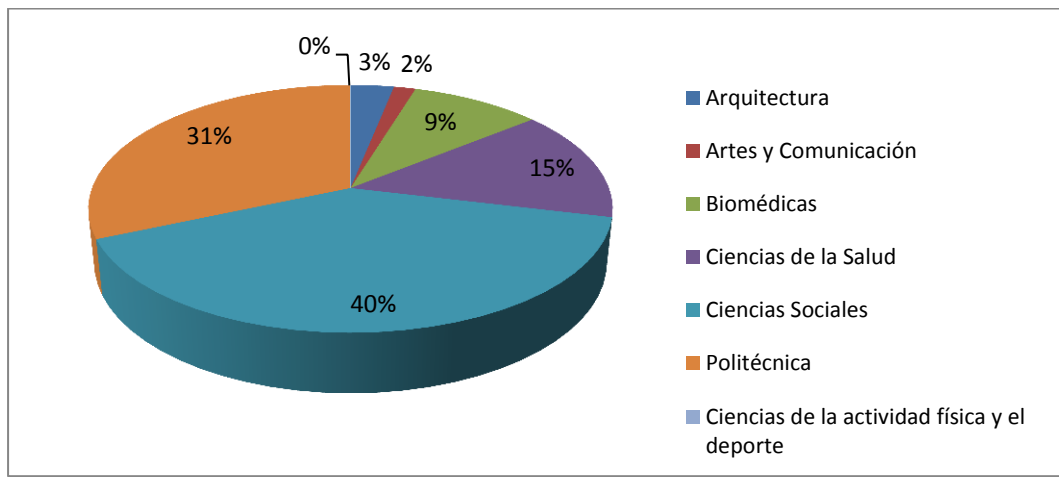


Figura 39. Porcentaje de mensajes enviados por docentes por Facultad/Escuela

Como se muestra en la gráfica de la figura 36, los docentes pertenecientes al área de Ciencias Sociales y Politécnica han sido más activos dentro de la red en lo que ha envío de mensajes se refiere, pues entre los dos suman 71% de los mensajes enviados (31% y 41% respectivamente). A esta participación le siguen los docentes de Ciencias de la Salud y Biomédicas, con un 15% y un 9%.

Sin embargo, los profesores de Arquitectura y Artes y Comunicación han tenido una participación baja, con un 3% y un 2%, aunque el caso más llamativo es el de los docentes que pertenecen a la Facultad de Deportes, que no han tenido ninguna intervención.

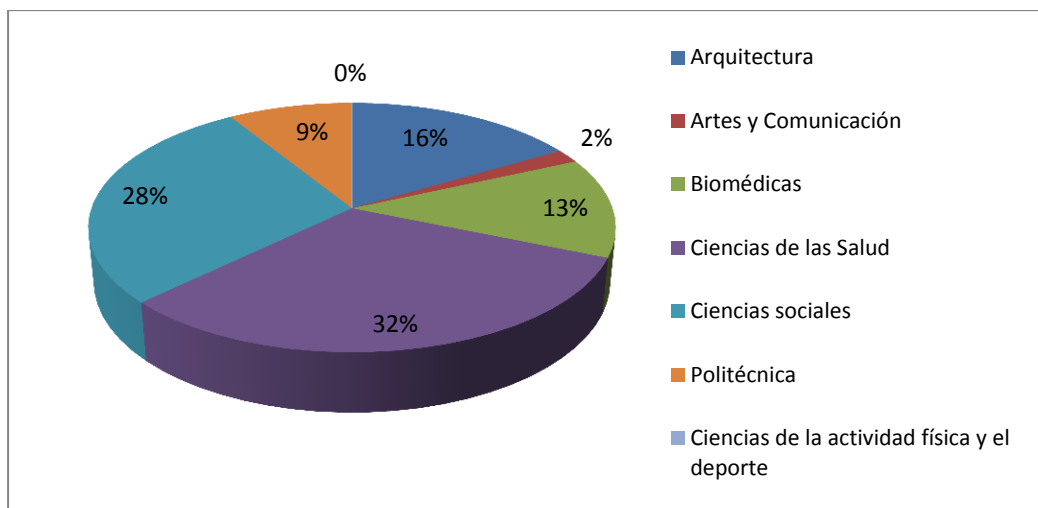


Figura 40. Porcentaje de mensajes enviados por estudiantes por Facultad/Escuela.

La actividad de docentes y estudiantes es muy distinta si atendemos a la Facultad de pertenencia. Los perfiles de estudiantes adscritos a las Facultades de Ciencias de la Salud y Ciencias Sociales son los más activos, con un 32% y 28% de los mensajes enviados. De nuevo llama la atención la escasa participación de los estudiantes de Ciencias de la Actividad Física y el deporte, que no han enviado ningún mensaje.

- **Subida de archivos**

La posibilidad de tener un espacio propio donde poder ubicar archivos también ha evolucionado de forma positiva, pasando de 3 archivos el primer día de implantación 70 en el día 54 de actividad de la red. Sin embargo, en el último periodo ha sufrido un estancamiento en su uso entre los estudiantes (Figura 41).

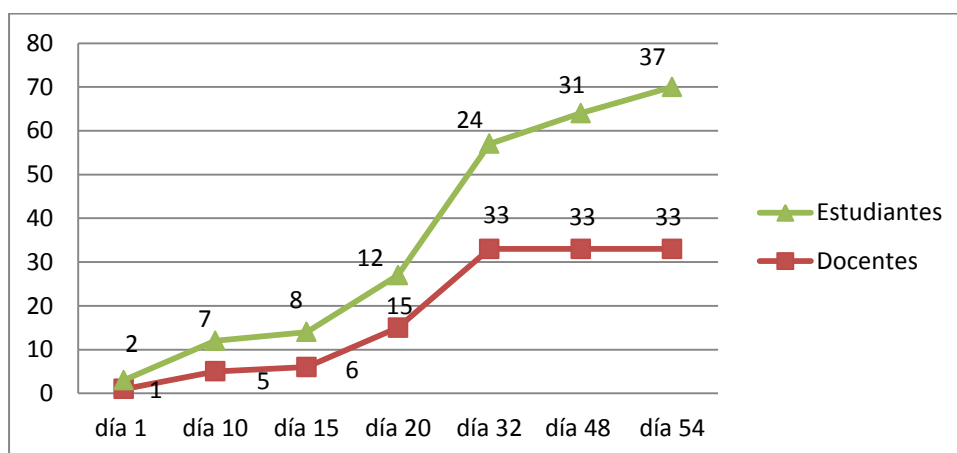


Figura 41. Evolución de archivos subidos a la red

- **Creación de grupos**

En total se han creado 45 grupos, con una media de tres usuarios por grupo en los cuáles se ha iniciado normalmente 1 foro de discusión y se han intercambiado una media de 3 mensajes.

- **Relaciones de amistad**

Las relaciones entre los usuarios han pasado de 82 en el primer día de implantación a 398 en el momento de realizar la última medición.

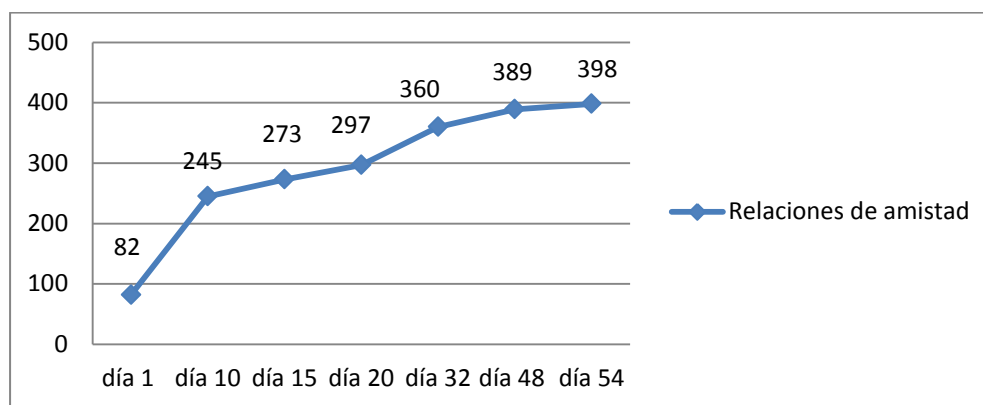


Figura 42. Evolución de las relaciones de amistad entre los usuarios.

7 CONCLUSIONES

A través de este estudio de investigación hemos podido saber qué funcionalidades disponibles en la actualidad en la red son las más utilizadas entre los estudiantes y docentes de la Universidad Europea de Madrid para su actividad académica.

Antes de comentar los resultados obtenidos, hemos de decir que los estudiantes que intervienen en este centro, pertenecen a edades muy variadas. Si bien es cierto que un componente mayoritario pertenece a una edad joven (menos de 25 años) también existe cierta representatividad de estudiantes mayores con perfil *working adult*, lo que hace que los datos se puedan generalizar con mayor facilidad a una mayor variedad de perfiles de estudiantes.

Además, las distintas modalidades en la que los estudiantes encuestados participan, ya sean mediante formatos e-learning, blended-learning o presenciales, permite conocer cuáles son las diferencias y/o similitudes de los estudiantes en lo que al ámbito de las redes sociales en particular y la web 2.0 en general requieren.

También es importante destacar que los resultados obtenidos que aquí se comentan se refieren a dos niveles: por un lado, el análisis de necesidades previo a la implementación de funcionalidades y que ofrece información no sólo de la valoración y uso de las redes sociales, sino también de herramientas 2.0 que utilizan en el ámbito académico. El otro nivel de análisis hace referencia a los comportamientos detectados durante los primeros días de vida de esta capa social.

El análisis de necesidades nos muestra que si analizamos los datos de forma global, no parecen existir diferencias significativas sobre las respuestas a los distintos ítems entre profesores y alumnos. Esta homogeneidad en la respuesta entre ambas poblaciones podría indicar o bien una tendencia a la disminución en la brecha digital existente entre profesores y alumnos, o bien la existencia de un cierto sesgo entre los profesores que han decidido contestar a esta encuesta. Al fin y al cabo, el carácter voluntario de las respuestas y la tendencia social a favorecer el uso de la tecnología (deseabilidad social), podrían haber influido en el tipo de profesores participantes en el estudio. Resolver esta disyuntiva queda como uno de los trabajos futuros asociados a este estudio.

Sin embargo, se detecta que existe una tendencia a la polarización en las respuestas, lo que parece indicar que las personas que utilizan este tipo de servicios lo hacen de forma frecuente o muy frecuentemente, mientras que los que no lo hacen manifiestan un bajo interés por dichos servicios. Esta distribución, en forma de campana invertida, podría tener varias explicaciones. Una de ellas, puede tener que ver con las primeras impresiones en el uso de la primera red social. Tal vez, si las primeras experiencias resultan gratificantes, el usuario se anima a profundizar más en sus posibilidades y acaba encontrando muy útiles las redes sociales, mientras que si los primeros usos resultan insatisfactorios, el usuario se desanima a probar nuevas redes.

También es importante destacar que un porcentaje considerable de encuestados ya tiene entre sus contactos en la redes sociales comerciales a miembros de la universidad, lo que apoya algunas teorías que afirman que los usuarios y en particular los estudiantes usan las redes sociales como una extensión on-line de su vida *offline*.

En general, la penetración de las redes sociales entre los miembros de esta comunidad es alta. De hecho, todos los encuestados estaban dados de alta en alguna red social, lo cual pone de manifiesto que es un centro en el que los miembros de la comunidad académica (sean estos estudiantes y docentes) están más o menos actualizados y que conocen en mayor o menor medida el funcionamiento de las redes sociales. Las redes sociales más utilizadas son en Facebook, Tuenti, Twitter y LinkedIn, aunque un porcentaje de la población (el 34,7%) utiliza otras redes, especialmente la aplicación para envío de mensajes mediante móviles Washap, lo que indica una tendencia hacia la utilización de las redes sociales mediante este tipo de dispositivos.

La mayoría de las experiencias que estos tienen a través de las redes sociales, tienen que ver el ámbito personal, entendiendo con ello que se utilizan para actividades relacionadas con el ocio, como medio de entretenimiento o para comunicarse con otros usuarios. Sin embargo, su utilización en entornos profesionales y académicos ya está tomando cierta relevancia dentro de la población y se están empezando a utilizar para fines estudiantiles y laborales.

De las herramientas on-line más utilizadas destaca especialmente es el correo electrónico, el correo del propio campus virtual, el chat y las propias redes sociales. Los sistemas de archivos en la nube todavía no tienen una alta penetración en esta población, pese a que tiene una gran usabilidad en entornos educativos por su posibilidad de compartir documentos. Es relevante la utilización que se hace de los sistemas de mensajería basados en aplicaciones para Smartphone, especialmente de Washap.

En cuanto a la valoración sobre las funcionalidades más útiles para una red social de carácter universitario con fines académicos, destaca especialmente la aparente

necesidad que docentes y estudiantes tienen de mejorar sus herramientas para contactar con miembros de la comunidad. También es muy relevante que reclamen herramientas específicas para la creación y gestión de grupos. Esta herramienta, que habitualmente se encuentra en un gran número de redes sociales comerciales no parece disponer en la actualidad de características apropiadas para su utilización en el ámbito académico como soporte en el proceso de enseñanza-aprendizaje, por lo menos en lo que a nivel universitario se refiere.

En cuanto a la utilización de la red social, es importante destacar la evolución del número de usuarios. Sin que se realizara ninguna actividad de difusión oficial, sólo mediante notificaciones informativas, la red social ha crecido considerablemente en apenas 54 días. Esta evolución nos permite saber que, efectivamente, tanto los docentes como los estudiantes de la universidad tienen un gran interés por lo que a la socialización virtual de la comunidad se refiere. Además, el hecho de que se hayan empezado a utilizar estas funcionalidades sin cursos específicos de formación demuestra que en este entorno existe, a parte de gran curiosidad por estas herramientas, una cierta capacidad para desenvolverse a nivel tecnológico. Este hecho nos lleva a pensar que algunas brechas que todavía existen en el ámbito educativo son susceptibles de ser modificadas si se ofrecen herramientas apropiadas para su uso académico.

La evolución del envío de mensajes entre usuarios ha sido positiva, aunque cabe destacar que proporcionalmente el incremento de envío de mensajes ha sido mayor entre docentes que entre estudiantes. Es decir, los docentes, más mayores en principio y menos sensibles o menos expuestos al uso de redes sociales para comunicarse y enviar mensajes, han sido los más activos en esta primera etapa.

Esto puede indicar que los docentes tienen una mayor necesidad de tener cerca sistemas informales de comunicación. Los sistemas formales ya los tienen (espacios del campus virtual asociados a sus asignaturas con foros, wikis y posibilidad de compartir archivos con sus estudiantes). Una menor exposición previa a las redes sociales podría estar detrás de este comportamiento: los docentes tienen la necesidad de comunicarse

con su entorno, pero no tienen la motivación necesaria para iniciarse en el uso de una herramienta informática específica para ello, ya que puede suponer un trabajo extra si tienen que adaptarse a nuevas plataformas y no tienen un cierto nivel de competencia digital. Cuando tienen una capa social como la estudiada en una herramienta que ya dominan y utilizan con frecuencia, como el campus virtual, entonces comienzan a usar estas funcionalidades con mayor entusiasmo que los estudiantes, que tienen ya cubierta su necesidad con redes sociales comerciales y generales.

La capa social estudiada es en definitiva una red social encajada en el campus virtual. La tecnología que la sustenta es poco visible para el estudiante que solo percibe pequeños cambios gráficos en un interfaz que ya conocía bien. Es decir, la parte tecnológica no está en primera línea, sino que lo que resalta de esta capa social es su capacidad de comunicar personas con personas de manera informal, horizontal, no marcada por las asignaturas matriculadas sino por la cercanía presencial o afinidad de intereses. En este contexto, las carreras que se han mostrado más interesadas son, precisamente, las que tienen un mayor componente social, como son las de CC. Sociales y las de Salud.

El uso de archivos es una de las funcionalidades que menos uso han tenido en esta prueba piloto. Una de las posibilidades para dar explicación a este hecho, es que el uso del sistema de archivos esté muy condicionado por el escaso tamaño permitido para subir ficheros (deben ser menos de 5Mb). En el futuro, se estudiará si aumentar significativamente el espacio (permitir archivos de hasta 200Mb) influirá en el número de archivos subidos o si, por el contrario, dicho número se mantendrá en un orden de magnitud similar al actual.

El uso de la creación de grupos también ha sido muy limitado. Este escaso éxito en esta experiencia piloto puede indicar la poca utilidad percibida por los usuarios. Un grupo permite compartir ficheros y crear foros, así que el problema puede haber sido que no se ha explicado con efectividad las ventajas de estas funcionalidades. Aun así, será necesario mejorar la usabilidad del proceso de creación de estos grupos e incluso ampliar sus funcionalidades.

La curva creciente de relaciones de amistad, a pesar de la poca utilidad que estas relaciones tienen en la versión estudiada, hace presagiar una buena acogida de las

futuras funcionalidades que sobre esta opción se están desarrollando actualmente, como son las aplicaciones para Smartphone (para Android y para Iphone), en fase de pruebas. Estas aplicaciones permiten enviar y recibir mensajes de y hacia las amistades de un usuario, facilitando una comunicación entre amigos independiente de la plataforma, ya que tanto el emisor y como el receptor puede usar indistintamente el navegador de su ordenador personal, una tablet de Apple o basada en Android, o su Smartphone para enviar y recibir mensajes.

8 BIBLIOGRAFÍA

- Agut Nieto, S., Peris Pichastor, R., Grandío Boteiia, A. y Lozano Nomdedeu, F. (2011). *Presencia social en entornos virtuales de aprendizaje: Adaptación al español de la Networked Minds Social Presence Measure*. Revista Latinoamericana de Psicología I Voiumen 43 i N" 2, ISSN 0120-0534, pp. 279-288.
- C. Avilés-Palacios, M. (2011). *Web 2.0 en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Aplicación a la enseñanza de Economía de la Empresa*. I Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Competitividad (CINAIC).
- Castells, M. (1999). *Internet y la Sociedad Red. Lliçó inaugural del programa de doctorat sobre la societat de la informació i el coneixement*. Universidad Oberta de Catalunya.
- Castells, M. (2002). *La era de la información. Vol. I. La Sociedad Red*. México: Siglo XXI.
- Cobo Romani, C., & Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia Colectiva o medios Fast Food*. Flasco México. Barcelona / México DF.: Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic.
- Corbetta, P. (2007). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: McGraw-Hill.
- De Haro Ollé, J. (2011). *Redes sociales para la educación*. Madrid: Ediciones Anaya.
- Fernández Calvo, R. (2001). *Glosario básico de internet*, 75-118, Madrid: Anetcom.
- Flecha García, R., & Pluigvert, L. (1998). Aportaciones de Paulo Freire a la Educación y a las Ciencias Sociales. *Revista internuniversitaria de Formación para el profesorado*, 33. ISSN 0213-8464, 21-28.
- Francisco J. Ribadas, V. M. (2010). *Ampliar y descubrir contenidos en Inteligencia Artificial mediante el uso de agregadores de enlaces, votaciones y karma*. XVI Jornadas de Enseñanzas Universitaria de la Informática, (págs. 511-514). Santiago de Compostela.
- Gabelas Barroso, J. (2010). *La creación de un cortometraje: Un proceso de mediación en la promoción de la salud del adolescente*. Tesis de maestría no publicada. Universidad Complutense de Madrid.
- Gabelas Barroso, J. (2005). Televisión y adolescentes, una mítica y controvertida relación. *Comunicar. Revista científica de de comunicación y educación*(25), 137-146.
- García, N. (2005). Las comunidades de aprendizaje. *Monográficos Escuela* 18, 4-10.
- New Media Consortium (marzo de 2010). *Informe Horizon: Edición Iberoamericana* (Informe Nº 1) ISBN 978-0-9828290-1-1.
- Jain, D., & S. Singh, S. (2002). Customer Lifetime Value Research in Marketing. *Journal of Interactive Marketing*, 16(2), 34-45.
- L.A., F. (2005). *Comunidades virtuales*. Obtenido de VECAM-CMIC: Palabras en juego: enfoques multiculturales sobre la sociedad de la información. Carrefour Mundial.
- Lara, P. J., Escribano J.J., Santiago, G., Hernández, A. (2011). *Socialización del Campus Virtual: RedUEM, un proyecto de red social de ámbito universitario*. Congreso Internacional

sobre Aprendizaje, Innovación y Competitividad. Madrid: Universidad Politécnica de Madrid.

- León, O., & Ignacio, M. (1997). *Diseño de investigaciones*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Levis D. (2011). *Redes educativas 2.1: Medios sociales, entornos colaborativos y procesos de enseñanza y aprendizaje*. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC). Vol. 8, n.º 1, 7-24.
- Lévy, P. (2004). *Inteligencia Colectiva: Por una antropología del ciberespacio*. Washinton D.C.: Biblioteca virtual em saúde.
- Medina Molina, M. R. (2011). *Análisis del nivel de presencia de aprendizaje colaborativo en la red social*. Sociedad y Tecnología. I Congreso Internacional sobre Aprendizaje, Innovación y Competitividad (CINAIC). Madrid.
- Olea J., P. V. (2003). *Introducción a la Psicometría. Teoría clásica de los test y teoría de la respuesta al ítem*. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
- Parra Castrillón, E. (2010). Las redes sociales de Internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios. *Anagrama-Universidad de Medellín*.
- Pérez, R. (2000). *Redes multimedia y diseños virtuales*. Actas del. En U. d. Oviedo (Ed.), III Congreso Internacional de Comunicación, Tecnología y Educación, (págs. 128-135). Oviedo.
- Plasencia Diago, A. (2011). *Sistemas Informáticos para el Aprendizaje Ubicuo*. Parte 1 (1.1-1.3).
- Ravald, A., & Grönroos, C. (1996). *The value concept and relationship marketing*. Switzerland: MCB UP Ltd.
- Sanchez Vera, M., Prendes Espinosa, M., & Serrano Sánchez, J. L. (2011). *Modelos de interacción de los adolescentes en cotextos presenciales y virtuales*. Edutec-e. Revista electrónica de tecnología educativa, 2-3.
- Santamaría González, F. (2008). *Posibilidades pedagógicas. Redes sociales y comunidades educativas*. TELOS. Cuadernos de Comunicación e Innovación.
- Santiago Gómez, G. Redondo Duarte, S., Escribano Otero, J.J. (2012). *Desarrollo de competencias a través de actividades: estudio del caso de materias on-line en la UEM*. Actas del III Congreso Iberoamericano sobre Calidad y Accesibilidad. Madrid: Universidad de Alcalá de Henares.
- Sixto García, J. (2010). *Comportamientos activos en usuarios 2.0: Facebook supera a Tuenti, la red social que había sido líder en España. Causas, estrategias de comunicación e impacto en la recepción*. Observatorio (OBS*) Journal, vol.4 - nº2, 153-1661.
- Valls, R. (2000). *Comunidades de aprendizajes: Una práctica educativa de aprendizajes dialógico para la sociedad de la información*. Tesis de maestría no publicada. Universidad de Barcelona.

9 WEBGRAFÍA

Adell, J. (1998). *Redes y educación*, en De Pablos, J. y Jiménez, J. (Eds.). Nuevas tecnologías, comunicación audiovisual y educación. Ed. Cedecs, Barcelona 1998, págs. 177-211. recuperado el 18 de abril de 2012 de: <http://edutec.rediris.es/documentos/1998/redes.html>

Cabero Almenara, J. (2006). *Comunidades virtuales para el aprendizaje. Su utilización en la enseñanza*. Recuperado el 4 de mayo de 2012, de Edutec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa: <http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec20/cabero20.pdf>

Cabero Almenara, J. (s.f.). *Mitos de la sociedad de la información: sus impactos en la educación*. Recuperado el 12 de Julio de 2012, de <http://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1H9VLFCLM-ZH565B-1NY/MITOS%20SI.pdf>

Cascales Martínez, A., Real, G. J. & Marcos Benito, B. (2011). *Las Redes sociales en internet*. Recuperado el 6 de abril de 2012, de Edutec. Revista electrónica de tecnología educativa: http://edutec.rediris.es/Revelec2/Revelec38/pdf/Edutec-e_38_Cascales_Real_Marcos.pdf

Castaño-Muñoz, J. (2010). *La desigualdad digital entre alumnos universitarios de los países desarrollados y su relación con el rendimiento académico* en: «Redefiniendo la brecha digital en la Educación Superior» Recuperado el 12 de mayo de 2012 de Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento (RUSC). Vol. 7, n.º 1. UOC: http://rusc.uoc.edu/ojs/index.php/rusc/article/view/v7n1_castano/v7n1_castano_esp

Cliff, L. ; Ellison, N. & Steinfield, C. (2006). A face(book) in the crowd: social Searching vs. social browsing. Proceedings of the 2006 20th anniversary conference on Computer supported cooperative work. Disponible en línea, última consulta realizada el 25 de abril de 2012: <http://portal.acm.org/citation.cfm?id=1180901&coll=GUIDE&dl=GUIDE&CFID=30311724&CFTOKEN=22585442&ret=1#Fulltext>

Competencia Digital, (2011). Instituto de Tecnologías Educativas. Departamento de Proyectos Europeos. Recuperado el 6 de agosto de 2012 de http://recursostic.educacion.es/blogs/europa/media/blogs/europa/informes/Competencia_Digital_Europa_ITE_marzo_2011.pdf

Levis, D. (2011). *Redes Educativas 2.1:Pistas para la enseñanza y el aprendizaje colaborativo*. Recuperado el 25 de febrero de 2012, de <http://www.uea.es/uea/revista/revista-2012/levis-d-2011-02-25>

<http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Redes%20Educativas%202.1%20Pistas%20para%20la%20ense%C3%B1anza%20y%20el%20aprendizaje%20colaborativo.pdf>

Flecha García, R. (1999). *Las comunidades de aprendizaje como expertas en resolución de conflictos*. Recuperado el 2 de mayo de 2012, de CREA. Barcelona: <http://www.paideuterion.com/downloads/entrevistaflecha2.pdf>

Flecha García, R., & Puigvert, L. (2002). *Una apuesta por la igualdad educativa*. Recuperado el 12 de Julio de 2012, de http://www.cprceuta.es/comun_aprendizaje/archivos/flecha_introducc_CCAA.pdf

Flores Vivar, J. M. (2009). *Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales*. Recuperado el 12 de mayo de 2012, de Comunicar. Revista científica de Educación y Comunicación. E-ISSN: 1988-3293 / ISSN: 1134-3478: <http://dx.doi.org/10.3916/c33-2009-02-007>

Gabelas Barroso, J. (2010). *Miedos, Redes Sociales y Videojuegos I*. Recuperado el 15 de Julio de 2012, de <http://educarencomunicacion.com/2010/11/miedos-redes-sociales-y-videojuegos-i/>

Gabelas Barroso, J. (2012). *Habitaciones de cristal*. Recuperado el 2012 de Julio de 12, de La R de las TRIC: <http://educarencomunicacion.com/2012/04/la-r-de-las-tric/>

Gairín Sallán, J. (2006). *Las comunidades virtuales de aprendizaje*. Recuperado el 2 de mayo de 2012, de Educar 37, 41-64: <http://www.raco.cat/index.php/educar/article/viewFile/58020/68088>

Lozano Díaz, A. (s.f.). (2005). *Comunidades de aprendizaje en red: diseño de un proyecto de entorno colaborativo*. Recuperado el 2 de mayo de 2012, de Ediciones Universidad de Salamanca: http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_05/n5_art_lozano.htm

Marta Lazo, C. (2007). *La educación para el consumo de las pantallas, como praxis holística*. Recuperado el 15 de julio de 2012, de Revista Latina de Comunicación Social: http://www.ull.es/publicaciones/latina/200720_Carmen_Marta_Lazo.pdf

Meso Ayerd, K., Pérez Dasilva, J., y Mendiguren Galdospin, T. (2009). *Las redes sociales como herramienta para el aprendizaje colaborativo. Presentación de un caso desde la*

UPV/EHU. Recuperado el 24 de febrero de 2012, de http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Las%20redes%20sociales%20como%20herramientas%20para%20el%20aprendizaje%20colaborativo.%20presentaci%C3%B3n%20de%20un%20caso%20desde%20la%20UPV_EHU.pdf

Parra Castrillón, E. (2010) *Las redes sociales de internet: también dentro de los hábitos de los estudiantes universitarios*. Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Universidad de Nariño Vol. XI. Nº. 2 2do. Semestre 2010, páginas 193-207. Disponible en línea, última consulta el 1 de enero de 2012: <http://dialnet.unirioja.es/delos.uem.es/servlet/articulo?codigo=3640635>

Pazos, M. P. (2001). *Comunidades Virtuales: De las listas de discusión a las comunidades de aprendizaje*. Recuperado el 2 de mayo de 2012, de Edutec: <http://www.uib.es/depart/gte/edutec01/edutec/comunic/TSE63.html?iframe=true&width=80%&height=80%>

Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon. Vol. 9, n.º 5*. NCB University Press. Recuperado el 5 de mayo de 2012, de <http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

Racionero, S. O. (2005). *Antecedentes de las comunidades de aprendizaje*. Recuperado el 2 de mayo de 2012, de Educar 35, 29-39: <http://www.raco.cat/index.php/educar/article/viewFile/20809/20650>

Ros-Martín, M. (2009). *Evolución de los servicios de redes sociales en internet*. El profesional de la información v 18, n.5, 552-557. Recuperado el 13 de marzo de 2012 de <http://redesacademicas.files.wordpress.com/2011/01/evolucion-red-social.pdf>

Rubio Gil, A. *Generación digital: patrones de consumo de Internet, cultura juvenil y cambio social*. Área de Investigación de Mercados y Comportamiento del Consumidor. Facultad de CC de la Comunicación (URJC). Revista de Estudios de juventud. Marzo 10 | nº 88. Disponible en línea, última consulta realizada el 25 de abril de 2012: <http://www.injuve.es/contenidos.downloadatt.action?id=290289448>

Salinas, J. (2003). *Comunidades Virtuales y Aprendizaje Digital*. Recuperado el 3 de mayo de 2012, de Salinas, J. (2003). *Comunidades Virtuales y Aprendizaje digital*. EDUTEC'03, artículo:

<http://gte.uib.es/pape/gte/sites/gte.uib.es.pape.gte/files/Comunidades%20Virtuales%20y%20Aprendizaje%20Digital.pdf>

Siemens, G. (2004). *Elearning space*. Recuperado el 2012 de jullio de 15, de Connectivism:A Learning Theory for the Digital Age: <http://www.elearnspace.org/Articles/connectivism.htm>

Stallman, R. (2007). *Why «open source» misses the point of free software*. Recuperado el 15 de mayo de 2012, de <http://www.gnu.org/philosophy/open-source-misses-the-point.html>

Tinaya, E. (2002). *Desafios y fundamentos de educación virtual*. Recuperado el 10 de mayo de 2012, de <http://biblioteca.ucn.edu.co/repositorio/Diplomados/CursoAVA2011/documentos/DesafiosYFundamentosEducacionVirtual.pdf>

Tíscar, L. (2009). *El papel de la Universidad en la construcción de su identidad digital*. RU&SC. Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento, Vol. 6, Núm. 1.

Valerio-Ureña, G., & Valenzuela-González, R. (2011). *Redes sociales y estudiantes universitarios: del nativo digital al informívoro saludable*. Recuperado el 3 de abril de 2012, de El profesional de la información, 2011, noviembre-diciembre, v. 20, n. 6, pp. 667-670.: <http://elprofesionalde lainformacion.metapress.com.delfos.uem.es/media/mh9xd6tturdynj22ta5x/contributions/w/7/3/1/w731840I977487g1.pdf>

10 ANEXOS

ANEXO I: CUESTIONARIO

El objetivo de esta encuesta de carácter anónimo es recoger información sobre el uso que realizas de las actuales redes sociales. Es importante que respondas con la máxima sinceridad y objetividad.

Selecciona la Facultad/Escuela a la que perteneces

Escuela de Artes y comunicación

Facultad de Ciencias Sociales

Facultad de Ciencias de la Actividad Física y deportes

Facultad de Ciencias de la Salud

Facultad de Ciencias Biomédicas

Escuela Politécnica

Escuela de Arquitectura

Selecciona la modalidad en la que cursas tus estudios

Presencial (lunes a viernes)

On-line

Horario compatible con actividad profesional (fines de semana)

Indica tu rango de edad

Menor de 25 años

Entre 26 y 30 años

Entre 31 y 35 años

Entre 36 y 40 años

Más de 41 años

¿Cuántos compañeros de clase tienes agregados en tus redes sociales?

Ninguno

Menos 25% de mis compañeros

Entre el 26% y el 50% de mis compañeros

Entre el 51% y el 75% de mis compañeros

Más del 76% de mis compañeros

1. Frecuencia con la que utilizas servicios on-line para tu actividad universitaria							
		1	2	3	4	5	
Dropbox	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Google Docs	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Mensajería instantánea	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Redes sociales	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Redes sociales desde dispositivos móviles	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Correo electrónico	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Mensajería privada del Campus Virtual	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Microsoft Messenger	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Yahoo Messenger	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Google Chat/Talk	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Skype	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente

Otro (que uses mucho) <input type="text"/>	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
--	-------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	--------------------

2. Frecuencia con el uso de las siguientes redes sociales

		1	2	3	4	5	
Facebook	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Tuenti	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Twitter	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
LinkedIn	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Otras (si pones más de una, separa sus nombres con punto y coma ";") <input type="text"/>	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente

3. Frecuencia con la que utilizas las redes sociales en los siguientes contextos

		1	2	3	4	5	
Estudiantil	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Profesional	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente
Personal	Nunca	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy frecuentemente

4. Valora la utilidad de las siguientes funcionalidades para una red social con carácter universitario/académico

		1	2	3	4	5	
Llamadas telefónicas a través de la propia red	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy útil

Videoconferencia	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy útil
Herramientas para la creación y gestión de grupos de trabajo	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy útil
Contactar con los compañeros	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy útil
Contactar con los profesores	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	Muy útil
Compartir ficheros on-line	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy útil
Editar ficheros on-line	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy útil
Enlazar ficheros on-line con el Campus Virtual	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy útil
Blog personal	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy útil
Calendario compartido	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy útil
Integración de servicios de la universidad (biblioteca, expediente,...)	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy útil
Disponibilidad de aplicación móvil	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy útil
Favoritos o marcadores (Bookmarks)	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy útil
Otro (Que uses bastante) <input type="text"/>	Nada útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy útil

5. Valora la adecuación que a tu juicio tienen los siguientes enunciados con un posible rechazo al uso de las redes sociales

		1	2	3	4	5	
Resulta muy difícil de usar	Nada adecuado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy adecuado
Me preocupa la seguridad y mi privacidad	Nada adecuado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy adecuado
Me resulta incómodo comunicarme con un teclado y una pantalla	Nada adecuado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy adecuado

Otra <input style="width: 80%;" type="text"/>	Nada adecuado	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Muy adecuado
---	---------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	-----------------------	--------------

Ya has terminado el cuestionario. Gracias por colaboración.

ANEXO II: PRUEBAS PLATAFORMA WEB

PRUEBA 1: ACCESO A LA PLATAFORMA

Descripción: La plataforma debe restringir el uso a usuarios registrados, para ellos sólo habrá una página de login, gestionada por la plataforma moodle, que permitirá tanto la validación manual como a través de otros métodos configurados en la misma.

Objetivo: Restringir el uso de la plataforma exclusivamente a usuarios registrados

Resultado esperado:

- Acceso a través de la url de la plataforma moodle: Redirección a la página de login de moodle
- Acceso a través de la url de la plataforma mahara: Redirección a la página de login de moodle
- Introducido usuario y contraseña correctos: Acceso a la plataforma
- Introducido usuario y contraseña incorrectos: Mensaje de error
- Usuario logueado: acceso a la plataforma

PRUEBA 2: NAVIGABILIDAD ENTRE PLATAFORMAS

Descripción: Debido a la existencia de dos plataformas, la solución propuesta contempla una interfaz común que en cualquier pantalla permita la navegación sencilla y directa a cualquier espacio o curso en los que el usuario esté inscrito. Además se mostrarán otra lista de accesos rápidos

Objetivo: Mantener accesible a través e menús los cursos y espacios a los que el usuario está inscrito

Resultado esperado:

- En cualquier página debemos ver una cabecera y un pie de página común a todas ellas. A través de la barra superior, si estamos logueados, podemos ver un listado de los espacios a los que pertenecemos y un listado de cursos en los que estamos matriculados.

USUARIOS

PRUEBA 3: BUSCAR USUARIO

Descripción: La plataforma debe permitir la amistad entre los usuarios y por tanto debe proveer un sistema de búsqueda que permita de forma clara y sencilla acceder a las opciones para agregarlo como amigo.

Objetivo: Mostrar un listado de los usuarios que coincidan con el criterio de búsqueda.

Resultado esperado:

- Búsqueda de un usuario existente: Mostrar los usuarios coincidentes
- Búsqueda sin criterio: Mostrar todos los usuarios de la plataforma
- Búsqueda de usuario inexistente: Mostrar mensaje indicando que no hay resultados

PRUEBA 4: SOLICITAR AMISTAD

Descripción: Dentro de las funcionalidades asociadas a la perspectiva social, se contempla la opción de mantener amistad, por ellos es indispensable la funcionalidad de solicitar amistad a otro usuario.

Objetivo: Comenzar el proceso de solicitud de amistad, para que el usuario solicitado sea avisado y pueda gestionar la petición.

Resultado esperado:

- Si el usuario no es amigo: Mostrar pantalla de mensaje que acompañará la solicitud y enviar la petición
- Si el usuario ya es amigo o se ha solicitado la amistad: Indicar la situación en cada caso.

PRUEBA 5: ACEPTAR PETICIÓN DE AMISTAD

Descripción: Tras la solicitud de amistad el usuario tiene la posibilidad de aceptarla y establecer la relación.

Objetivo: Establecer la relación de amistad entre dos usuarios

Resultado esperado:

- Agregar al usuario a la lista de amigos

PRUEBA 6: CANCELAR PETICIÓN DE AMISTAD

Descripción: Una vez realizada la petición de amistad, el usuario que la recibe debe tener la posibilidad de cancelar

Objetivo: Eliminar la solicitud pendiente de amistad

Resultado esperado:

- Mostrar la pantalla para indicar los motivos del rechazo y eliminar la solicitud pendiente.

PRUEBA 7: VER LISTA DE AMIGOS

Descripción: Una vez que el usuario ha establecido relaciones de amistad, podrá ver la lista completa de sus amigos, mostrándole opciones para enviar mensaje, ver su perfil o los espacios a los que pertenece

Objetivo: Ofrecer al usuario la posibilidad de interacción con sus amigos

Resultado esperado:

- Mostrar listado de los usuarios que actualmente mantienen una relación de amistad al pulsar en el icono de acceso rápido de la barra inferior. Una vez mostrada la lista, para cada usuario se presentará la opción de enviar mensaje, ver perfil o listar sus espacios.

PRUEBA 8: VER PERFIL AMIGO

Descripción: El perfil de usuario, muestra información sobre sus amigos, espacios e información personal que podrá ser visitado por cualquiera de sus usuarios amigos.

Objetivo: Mostrar información de perfil de un amigo

Resultado esperado:

- Si el usuario es amigo: Mostrar información de perfil
- Si el usuario no es amigo: Mostrar exclusivamente la información de perfil pública establecida

MENSAJERÍA

PRUEBA 9: ENVIAR MENSAJE A USUARIO

Descripción: El envío de mensajes entre usuarios es la principal forma de comunicación, por ello no es necesaria la amistad para utilizar esta funcionalidad.

Objetivo: Enviar el mensaje y mostrar la notificación al usuario

Resultado esperado:

- Realizar el envío de mensaje y mostrar una notificación indicando el número de mensajes no leídos al usuario que lo recibe en la barra inferior de accesos rápidos

PRUEBA 10: COMPROBAR MENSAJERÍA

Descripción: La barra inferior de accesos rápidos provee de un icono que enlaza directamente con la funcionalidad de mensajes recibidos, donde se diferencia entre los leídos y no leídos.

Objetivo: Mostrar listado de los mensajes recibidos

Resultado esperado:

- Listado de los mensajes privados recibidos, diferenciando entre los no leídos y los leídos. Además deberá indicar el nombre del remitente y la fecha de recepción.

PRUEBA 11: LEER MENSAJE

Descripción: En el listado de mensajes recibidos, se diferencian aquellos que ya están leídos de los que no lo están, por ello, deberá marcarse un mensaje como leído al abrirlo.

Objetivo: Marcar el mensaje como leído al abrir.

Resultado esperado:

- Una vez hecho click sobre el título del mensaje, el mensaje pasará a estado leído en caso de que no lo estuviese.

PRUEBA 12: RESPONDER MENSAJE

Descripción: Para poder mantener una conversación con un usuario, el sistema permitirá enviar una respuesta a un mensaje recibido, facilitando al usuario la funcionalidad de envío de mensajes sin tener que buscar previamente al destinatario

Objetivo: Enviar el mensaje y mostrar la notificación al usuario

Resultado esperado:

- Una vez abierto el mensaje, debe permitir la opción de responder, realizando el envío de mensaje y mostrar una notificación indicando el número de mensajes no leídos al usuario que lo recibe en la barra inferior de accesos rápidos

ARCHIVOS

PRUEBA 13: ACCESO A ARCHIVOS PRIVADOS

Descripción: El sistema proveerá de un espacio privado por usuario donde podrá subir archivos, siendo únicamente accesibles por el.

Objetivo: Mostrar listado y estructura de ficheros del usuario

Resultado esperado:

- Listado de los archivos y carpetas privadas.

PRUEBA 14: CREACIÓN DE UNA CARPETA

Descripción: Para una mejor organización de los archivos, el sistema ofrece la posibilidad de crear una jerarquía mediante carpetas.

Objetivo: Crear una carpeta dentro de la estructura de archivos

Resultado esperado:

- Se muestra en la jerarquía la nueva carpeta, previa solicitud del nombre de la misma.

PRUEBA 15: SUBIR UN ARCHIVO

Descripción: Tanto en el apartado de archivos privados como en los espacios, el usuario debe poder subir un archivo en cualquier carpeta, independientemente de la extensión y atendiendo a las cuotas establecidas.

Objetivo: Subir un archivo

Resultado esperado:

- Si el archivo supera el límite por archivo: Mostrar mensaje de error, tamaño de archivo demasiado grande
- Si la cuota de espacio de usuario ha sido superado: Mensaje de error, indicando que no puede subir más archivos.
- Si el archivo se encuentra dentro de los límites: Agregar archivo a la carpeta actual

PRUEBA 16: CAMBIAR LAS PROPIEDADES DE UN ARCHIVO

Descripción: El sistema permitirá cambiar algunas propiedades de los archivos y/o carpetas subidas, como son el nombre, la descripción o las etiquetas asociadas.

Objetivo: Actualizar las propiedades del archivo

Resultado esperado:

- Una vez introducidas las nuevas propiedades, se mostrará un mensaje de confirmación.

ESPACIOS

PRUEBA 17: CREAR UN ESPACIO

Descripción: Cualquier usuario podrá crear un espacio que servirá de punto de comunicación entre sus amigos, permitiéndole el uso de foros y el intercambio de ficheros

Objetivo: Crear un espacio y asignar el rol de administrador de ese espacio al usuario

Resultado esperado:

- Se mostrará una pantalla inicial para que el usuario indique la configuración del espacio, donde se incluye el nombre, descripción y el tipo de membresía. Una vez creado, se llevará al usuario a la pantalla inicial del espacio.

PRUEBA 18: INVITAR A UN AMIGO A UN ESPACIO

Descripción: Una vez creado un espacio, el único participante es el creador, que al igual que cualquier otro administrador podrá invitar a cualquier amigo que aún no forme parte del espacio

Objetivo: Enviar invitación para participar en un espacio a un amigo y notificar mediante un indicador.

Resultado esperado:

- Mostrar una lista de usuarios amigos y que no pertenecen al espacio, dando la opción de agregarlo para que le llegue una invitación.

PRUEBA 19: SOLICITAR PERTENENCIA A UN ESPACIO

Descripción: Cualquier usuario puede ver los espacios asociados al resto de usuarios, y en el caso de que el espacio permita la inscripción abierta o mediante petición, podrá solicitarla.

Objetivo: Dar acceso a un espacio libre o requerir la aprobación de los administradores para la inscripción

Resultado esperado:

- Si el espacio tiene membresía abierta: inscribirse directamente en el espacio y mostrar la pantalla inicial.
- Si el espacio permite solicitudes: enviar la notificación al usuario administrador.
- Si el espacio es cerrado: No es posible acceder a esta funcionalidad

PRUEBA 20: ACEPTAR LA PETICIÓN DE PERTENENCIA DE UN USUARIO

Descripción: El administrador del espacio recibirá las peticiones de los usuarios que soliciten pertenencia a espacios con inscripción “a petición”, teniendo la opción de aceptar o cancelar.

Objetivo: Inscribir en el espacio al usuario que ha solicitado la pertenencia

Resultado esperado:

- El usuario administrador, será informado mediante una nueva notificación señalizada en la barra inferior y tras pulsar en el botón correspondiente, se eliminará la petición de pertenencia y agregará al usuario como miembro del espacio

PRUEBA 21: DENEGAR LA PETICIÓN DE PERTENENCIA DE UN USUARIO

Descripción: El administrador del espacio recibirá las peticiones de los usuarios que soliciten pertenencia a espacios con inscripción “a petición”, teniendo la opción de aceptar o cancelar.

Objetivo: Eliminar la solicitud de pertenencia

Resultado esperado:

- El usuario administrador, será informado mediante una nueva notificación señalizada en la barra inferior y tras pulsar en el botón correspondiente, se eliminará la petición de pertenencia

PRUEBA 22: CAMBIAR PERMISOS DE USUARIO EN UN ESPACIO

Descripción: Una vez que un usuario forma parte de un espacio, cualquier administrador del espacio puede concederle o restringir los permisos, incluyéndolo en la categoría de administrador o miembro según corresponda

Objetivo: Modificar los privilegios de los usuarios del espacio

Resultado esperado:

- Si el usuario que se quiere modificar es administrador: el administrador podrá asignarle permisos de miembro o incluso eliminarlo
- Si el usuario que se quiere modificar no es administrador: el administrador podrá concederle los permisos de administración.

PRUEBA 23: GESTIONAR UNA INVITACIÓN DE UN ESPACIO

Descripción: Cuando un usuario es invitado a un espacio, recibe una notificación en su barra superior, indicando los espacios a los que ha sido invitado. Para gestionar la invitación, deberá visitar la página de información del espacio y después aceptar/rechazar la invitación.

Objetivo: Incluir al usuario en el espacio o eliminar la invitación

Resultado esperado:

- Si se acepta la invitación: inscribir al usuario en el espacio y eliminar la invitación. Mostrará la pantalla inicial del espacio
- Si se deniega la invitación: eliminar la invitación.

PRUEBA 24: CREAR UN FORO EN UN ESPACIO

Descripción: Los espacios permitirán la comunicación entre todos los miembros del espacio a través de foros que podrá crear sólo los administradores.

Objetivo: Incluir un nuevo foro en el espacio

Resultado esperado:

- Si el usuario es administrador: Se pedirá información acerca del nuevo foro y una vez creado se mostrará la vista inicial del foro.
- Si no es administrador: Se informará que no tiene permisos para realizar la acción

PRUEBA 25: CREAR UN NUEVO TEMA EN UN FORO EXISTENTE

Descripción: Una vez que un administrador ha creado un foro, cualquier usuario puede abrir un nuevo tema, que incorporará un mensaje introductorio. Existirá la posibilidad de crear temas sólo para administradores o configurar para que se muestre en la parte superior del foro.

Objetivo: Agregar un nuevo tema en un foro ya existente.

Resultado esperado:

- El sistema pedirá el nombre del tema y un mensaje descriptivo, donde se podrán incluir etiquetas HTML y posteriormente lo guardará y avisará al resto de miembros del espacio.

PRUEBA 26: ELIMINAR UN TEMA DE UN FORO

Descripción: Los administradores o los miembros que han creado los temas, pueden borrar un tema eliminando todos los mensajes que de él dependan.

Objetivo: Eliminar el tema seleccionado.

Resultado esperado:

- Una vez seleccionado el tema, se mostrará un botón que permitirá su eliminación permanente mostrando un mensaje de confirmación.

PRUEBA 27: RESPONDER A UN MENSAJE DE UN FORO

Descripción: Dependiendo de la configuración del tema, pueden sólo responder a los mensajes los administradores o todos los miembros.

Objetivo: Agregar un nuevo mensaje en la cadena de un tema

Resultado esperado:

- Para responder a un mensaje, primero deberemos acceder al foro y tema específicos y después presionar sobre la opción de “Responder”, donde se introducirá el nuevo mensaje y se enviará. Los últimos mensajes estarán visibles en la página inicial del espacio.

PRUEBA 28: ACCEDER A LOS ARCHIVOS DE UN ESPACIO

Descripción: Los espacios proveen una herramienta para compartir archivos entre los miembros, teniendo todos accesos de escritura/lectura. El funcionamiento será similar al de los archivos privados.

Objetivo: Compartir ficheros entre los miembros de un espacio.

Resultado esperado:

- Listado de los archivos y carpetas compartidas en el espacio

PRUEBA 29: BUSCAR ESPACIOS

Descripción: La plataforma debe proveer un sistema de búsqueda que espacios de forma clara y sencilla en la barra superior

Objetivo: Mostrar un listado de los espacios que coincidan con el criterio de búsqueda.

Resultado esperado:

- Búsqueda de un espacio existente: Mostrar los espacios coincidentes.
- Búsqueda sin criterio: Mostrar todos los espacios de la plataforma paginados.
- Búsqueda de espacio inexistente: Mostrar mensaje indicando que no hay resultados

ANEXO III: MANUAL DE FUNCIONALIDADES SOCIALES

1 CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN.....	132
2. BARRA DE NAVEGACIÓN HERRAMIENTAS SUPERIOR.....	132
3. BARRA DE ACCESOS RÁPIDOS INFERIOR.....	132
4. AYUDA TÉCNICA.....	133
5. ¿CÓMO HACER?	134
AGREGAR UN AMIGO	134
AGREGAR UN NUEVO ESPACIO	134
INVITAR A UN AMIGO A UN ESPACIO.....	134
ENVIAR UN MENSAJE A UN USUARIO	135

2 INTRODUCCIÓN

La Universidad Europea de Madrid pone a disposición de sus estudiantes y docentes un campus virtual para facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Pero, hasta ahora, el campus virtual ha estado restringido casi en exclusiva a la comunicación vertical profesor – estudiante.

Para mejorar el servicio se han desarrollado nuevas funcionalidades con la intención de permitir nuevos usos del campus virtual. Dichas funcionalidades permitirán a estudiantes y docentes incluir elementos de socialización de su actividad, facilitando la compartición de archivos y mensajes y el acceso desde nuevos dispositivos móviles.

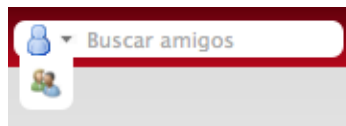
En este documento se presentan las instrucciones básicas de estas nuevas funcionalidades para estudiantes y docentes de la Universidad Europea de Madrid.

3 BARRA DE NAVEGACIÓN HERRAMIENTAS SUPERIOR



Esta barra de herramientas, proporciona acceso rápido a los siguientes elementos:

- **Mis cursos:** Listado de cursos clasificados por titulaciones.
- **Mis espacios:** Listado de espacios creados y posibilidad de añadir nuevos.
- **Mis archivos:** Espacio de almacenamiento personal para subir ficheros y carpetas.
- **Servicios al estudiante:** acceso directo a la web de estudiantes.
- **Biblioteca:** acceso a la página inicial de la biblioteca de la universidad.
- **Buscador de amigos:** Busca entre los usuarios, ofreciendo la posibilidad de enviar mensajes privados, añadir como amigos o visitar su perfil.
- **Buscador de espacios (previa selección en el desplegable):** Busca entre los espacios creados por los usuarios, con las posibilidades de unirnos o solicitar la petición de acceso:



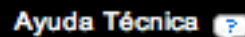
4 BARRA DE ACCESOS RÁPIDOS INFERIOR



Esta barra inferior nos da acceso a las siguientes funcionalidades:

- **Perfil:** Acceso al perfil personal del usuario, donde puede configurar opciones como su nacionalidad, correo electrónico, etc
- **Mensajería:** Mensajería privada del usuario. Si hay mensajes sin leer aparece un indicador con el número.
- **Amigos:** Listado de usuarios que actualmente mantiene relación de amistad a través de la red. Además en caso de peticiones de amistad pendientes.
- **Alertas:** Muestra las diferentes alertas del usuario como pueden ser las peticiones de amigos para unirse a un espacio nuestro.
- **Calendario:** Acceso al calendario personal del usuario.
- **Herramienta de seguimiento:** A través de esta herramienta, podrás ver tu avance en las diferentes asignaturas, así como información detallada de cada una de tus asignaturas.

5 AYUDA TÉCNICA

A rectangular button with a black background. The text "Ayuda Técnica" is written in white, and to its right is a white question mark icon inside a small circle.

Para ayuda o asistencia técnica, sigue disponible 24h el servicio de Ayuda Técnica que podrás acceder a través de la barra inferior.

6 ¿CÓMO HACER?

6.1 AGREGAR UN AMIGO

Si queremos agregar a un nuevo amigo, el primer paso es localizarlo a través del buscador y después a lado de cada usuario nos aparecerá las siguientes opciones:



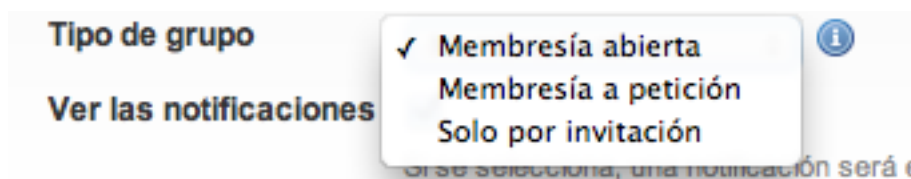
Una vez enviada la solicitud de amistad, el otro usuario recibirá una notificación y la relación de amistad no quedará establecida hasta que el otro usuario acepte nuestra petición.

6.2 AGREGAR UN NUEVO ESPACIO

En el desplegable de la barra superior de Mis Espacios, encontramos la opción para crear un espacio nuevo:



En la siguiente pantalla nos aparecerán unos parámetros de configuración, donde podemos configurar cómo se unirán otros usuarios:



- **Membresía abierta:** Cualquier usuario puede ingresar al grupo sin necesidad de aprobación.
- **Membresía a petición:** Los usuarios podrán solicitar la pertenencia al grupo y tendremos la opción de aceptar o cancelar la petición.
- **Sólo por invitación:** Los administradores del grupo serán los únicos que pueden invitar a sus amigos a formar parte del espacio.

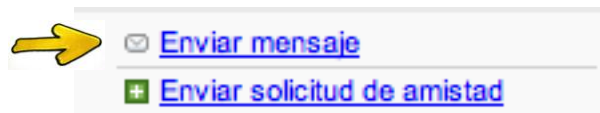
6.3 INVITAR A UN AMIGO A UN ESPACIO

Para invitar a un amigo a un espacio en el que eres administrador y la entrada no es libre, puedes hacerlo a través del icono que te aparecerá junto a los espacios en el desplegable de la barra superior:



6.4 ENVIAR UN MENSAJE A UN USUARIO

Si queremos enviar un mensaje a un usuario, el primer paso es localizarlo a través del buscador y después a lado de cada usuario nos aparecerá las siguientes opciones:



Una vez enviado el mensaje, el destinatario recibirá una nueva notificación.