

**ESTUDIO SOBRE EL USO DE FOROS,  
BLOGS Y REDES SOCIALES POR  
LOS ESTUDIANTES DE  
MAGISTERIO.**



**Ivana Agramunt Roca**

**Tutor: Alfonso Gutiérrez Martín**

**Trabajo de Final de Máster. E.U Magisterio de Segovia, 2012**

## **RESUMEN:**

El principal objetivo de este estudio es analizar el uso de los foros, los blogs y las redes sociales teniendo en cuenta los motivos intrínsecos o extrínsecos de los estudiantes de tercero de Magisterio de Educación Infantil de dos universidades paralelas; la universidad de Castellón y la de Segovia.

Para ello haremos un breve recorrido por la actual situación de la sociedad, determinándola como “Sociedad de la Información”.

A través de un cuestionario realizado por la muestra elegida, obtenemos una serie de datos los cuales han sido analizados para extraer unas conclusiones y resultados con el fin de verificar la hipótesis planteada.

**Palabras clave:** Sociedad de la información, formación del profesorado en TIC, redes sociales.

## **ABSTRACT:**

The main objective of this study is to analyze the use of forums, blogs and social networks taking into account the intrinsic or extrinsic reasons for juniors of Education Early Childhood parallel two universities, the University of Castellón and of Segovia.

To do this we will make a brief overview of the current state of society, determining it as "Information Society".

Through a questionnaire conducted by the selected sample, we obtain a series of data which have been analyzed to draw conclusions and results in order to verify the hypothesis.

**Keywords:** Information Society, TIC teacher training, social networking.

# ÍNDICE

<b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO .....</b>	<b>8</b>
<b>3. OBJETIVOS .....</b>	<b>8</b>
<b>3.1. OBJETIVOS GENERALES .....</b>	<b>8</b>
<b>3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</b>	<b>9</b>
<b>4. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>9</b>
<b>4.1. LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN .....</b>	<b>9</b>
<b>4.2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA .....</b>	<b>10</b>
<b>4.3. VENTAJAS DE LA SI.....</b>	<b>11</b>
<b>4.4. CAMBIOS PRODUCIDOS EN LA SOCIEDAD DE LA SI .....</b>	<b>11</b>
<b>4.5. PERSPECTIVAS PARA ENTENDER LA SI.....</b>	<b>12</b>
<b>4.6. NUEVOS DISPOSITIVOS EN LA SI.....</b>	<b>14</b>
<b>4.7. TIPOS DE ALFABETIZACIONES PROPIAS DE LA SI.....</b>	<b>15</b>
4.7.1. Concepto de alfabetización digital.....	15
4.7.2. Ciudadanos alfabetizados y su movimiento en la sociedad.....	15
4.7.3. Ventajas de la alfabetización digital.....	16
4.7.4. La digitalización desde un punto personal .....	17
<b>4.8. LA FORMACIÓN DEL PROFESORADO EN TIC .....</b>	<b>18</b>
4.8.1. Dimensiones obligatorias para la formación del profesorado en TIC .....	18
4.8.2. Alfabetización mediática .....	19
4.8.3. Educación para los medios .....	19
4.8.4. Características de las nuevas generaciones .....	20
4.8.5. Competencias y contenidos mínimos de la alfabetización mediática.....	20
4.8.6. Experiencia propia sobre la formación del profesorado en TIC .....	21
4.8.7. Nuevos soportes de aprendizaje en la SI.....	21
4.8.8. Los profesores: piezas fundamentales de ese cambio.....	22
4.8.9. Currículum para profesores sobre “Alfabetización Mediática e Informativa” (AMI) 22	
4.8.9.1. Partes del currículum AMI.....	22
4.8.9.2. Módulos AMI .....	23
4.8.9.3. Características principales de un docente en la era digital.....	26
4.8.10. Nativos e inmigrantes digitales.....	26
4.8.11. Contexto actual sobre la formación del profesorado .....	29
<b>4.9. LAS REDES COMO RECURSO DIDÁCTICO.....</b>	<b>30</b>
4.9.1. Definición de Red Social.....	31
4.9.2. Contextualización del estado de las redes en la sociedad .....	31
4.9.3. La Web 2.0.....	32
4.9.4. Integración de las TIC en los diferentes niveles educativos .....	34

<b>4.10.</b>	<b>LAS REDES SOCIALES.....</b>	<b>35</b>
4.10.1.	Tuenti.....	35
4.10.2.	Facebook.....	36
4.10.3.	Twitter.....	36
4.10.4.	Blogs y foros de discusión.....	36
4.10.5.	Ventajas e inconvenientes de las redes sociales.....	39
4.10.6.	Las redes sociales desde la educación.....	40
<b>4.11.</b>	<b>LA NUEVA ERA DE LA INFORMACIÓN.....</b>	<b>43</b>
<b>4.12.</b>	<b>LAS REDES SOCIALES EN MANOS DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD.....</b>	<b>45</b>
<b>4.13.</b>	<b>A MODO DE RESUMEN DEL MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>46</b>
<b>5.</b>	<b><i>METODOLOGÍA.....</i></b>	<b>47</b>
5.1.	MARCO METODOLÓGICO.....	47
5.2.	HIPÓTESIS.....	49
5.3.	PARADIGMAS.....	49
5.4.	METODOLOGÍA UTILIZADA EN NUESTRO ESTUDIO.....	51
5.4.1.	Técnicas e instrumentos.....	53
5.4.1.1.	Cuestionario.....	53
5.4.1.2.	Análisis de datos.....	55
5.5.	MUESTRA ELEGIDA.....	56
5.6.	ÉTICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	56
<b>6.</b>	<b><i>ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS.....</i></b>	<b>57</b>
6.1.	ANÁLISIS DE LA MUESTRA.....	57
6.2.	FRECUENCIA DE USO DE LOS DIFERENTES DISPOSITIVOS.....	58
6.2.1.	Ordenador.....	58
6.2.2.	Teléfono móvil.....	58
6.2.3.	Consola y videojuegos.....	58
6.2.4.	Televisión.....	58
6.2.5.	Cámara de fotos y de video.....	59
6.2.6.	Reproductor de música.....	59
6.2.7.	Otros.....	59
6.2.8.	En una visión general.....	59
6.3.	TIEMPO DE USO Y DEDICACIÓN DE INTERNET AL DÍA.....	60
6.4.	SERVICIOS DE INTERNET PARA ESTUDIAR Y PARA DIVERTIRSE.....	62
6.4.1.	Uso de la mensajería instantánea.....	63
6.4.2.	Escuchar música.....	63
6.4.3.	Búsqueda de información en la web.....	63
6.4.4.	Correo electrónico.....	63
6.4.5.	Descarga de archivos.....	63
6.4.6.	Documentos audiovisuales on-line.....	63
6.4.7.	Relación on-line con personas conocidas o desconocidas.....	64

6.4.8	Acceso a las noticias y la actualidad .....	64
6.4.9	Uso de los blogs .....	64
6.4.10	Chats y llamadas a través de la web cam .....	64
6.4.11	Foros de discusión .....	64
6.5	EN UNA VISIÓN GENERAL .....	65
6.6	RELACIONES ENTRE VARIABLES .....	67
6.8	CUMPLIMIENTO DE LA HIPÓTESIS .....	76
6.9	COMPARACIÓN ENTRE LOS ESTUDIANTES DE SEGOVIA Y DE CASTELLÓN, SOBRE LA FINALIDAD DE USO DE ESTAS REDES SOCIALES....	80
6.8	RESULTADOS .....	81
7.	<i>CONCLUSIONES Y PROPUESTAS</i> .....	83
7.1.	CONCLUSIONES .....	83
7.2.	PROPUESTAS .....	85
7.3.	REFLEXIÓN FINAL .....	86
8.	<i>REFERENCIAS</i> .....	87
9.	<i>ANEXOS</i> .....	91
9.1.	CUESTIONARIO .....	91

# 1. INTRODUCCIÓN

Todos sabemos el papel que desempeñan las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) actualmente en nuestras vidas, ya que han llegado a convertirse en un pilar fundamental, tanto para aspectos de trabajo como para aspectos personales.

Este hecho ha dado origen, a un nuevo modelo de sociedad. De forma previsible las sociedades del futuro se basaran en el mismo pilar. Es decir, las tecnologías “han entrado en nuestras vidas para quedarse”.

A pesar de los beneficios que nos aportan, existe un amplio abanico de causas negativas, como puede ser por ejemplo el caso de las generaciones veteranas, las cuales no poseen conocimientos para moverse y defenderse en este mundo digital; debido al desarrollo tan rápido que han sufrido.

En esta investigación pretendemos indagar en los cambios que nos están ofreciendo las TIC en la sociedad, manteniendo especial atención en el ámbito de la educación.

Si nos referimos a este campo, tocaremos lo más profundo del estudio ya que uno de nuestros objetivos es ver cómo los estudiantes de las universidades de Segovia y de Castellón, se mueven por el ciberespacio y las intenciones con las que lo hacen.

Chocamos aquí con algunas de las redes sociales que mantienen un peso fundamental en el trabajo; ya que nuestro objetivo principal es conocer el uso de algunas de ellas como son los foros, los blogs, las plataformas académicas, Tuenti, Facebook etc. Para ello nos fijaremos en el uso que hacen de éstas, bien como refuerzo o apoyo a las asignaturas o, por el contrario si lo utilizan con fines lúdicos. Además tendremos en cuenta las motivaciones que tienen para intervenir en unas u otras.

Iniciamos por lo tanto el presente estudio justificando el tema elegido y los objetivos que nos proponemos conseguir a través del mismo.

A continuación, en el marco teórico, hacemos un recorrido por el concepto de Sociedad de Información, en el que acompañaremos con una pequeña evolución histórica y seguiremos, analizando las ventajas de ésta y los cambios a los que estamos expuestos.

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

Además haremos hincapié en la formación del profesorado teniendo en cuenta las redes sociales como un posible recurso didáctico.

Finalmente cerraremos el marco teórico haciendo referencia a la nueva era de la información y junto a estos, el uso de las redes sociales en diferentes ámbitos.

En el siguiente capítulo trataremos los aspectos metodológicos del estudio, encabezando éste, con el marco metodológico del mismo. En este apartado plantaremos una hipótesis, que a lo largo del estudio trataremos de verificar. Emplearemos una metodología mixta, donde tendremos en cuenta tanto aspectos cuantitativos como cualitativos.

De forma continua expondremos el análisis de datos, junto a las conclusiones y los resultados, donde trataremos de nuevo la hipótesis planteada.

Cerraremos el estudio con una revisión bibliográfica, la cual hemos hecho uso para llevar a cabo la investigación.

## **2. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ELEGIDO**

El tema elegido responde, en un principio, a motivaciones personales, tras tener en cuenta la completa inmersión a la que estamos sometidos los nativos digitales a las nuevas tecnologías. Se trata de analizar el uso de las redes sociales, puesto que hoy en día, se pueden considerar como parte de la rutina diaria de muchas personas.

En los espacios virtuales, el autor de cada plataforma elige la información tanto personal como de otro ámbito, que desea colgar en la red para su exposición pública. Asimismo, considerando esta cercanía ente los jóvenes y las redes sociales, pensamos que podría ser interesante investigar su uso como recurso didáctico en el aula. Para ello hemos llevado a cabo un estudio, en el que se analizan las redes sociales, teniendo en cuenta, el uso y finalidad que le dan los consumidores elegidos como muestra.

## **3. OBJETIVOS**

### **3.1.OBJETIVOS GENERALES**

La presente investigación pretende analizar, conocer y comparar el uso, la percepción y las actitudes respecto a las redes sociales en dos contextos académicos concretos: la Escuela Universitaria de Magisterio de Segovia y la Universidad Jaume I de Castellón de la Plana. El resultado de esta investigación determinará si estas redes sociales son más usadas como instrumento dedicado al ocio que como instrumento de trabajo académico.

Primero analizaremos la transformación que las Nuevas Tecnologías de la Información han llevado a cabo en la sociedad y lo que esto conlleva hasta día de hoy.

También haremos una pequeña referencia a la formación del profesorado analizando la preparación que estos reciben a lo largo de su carrera profesional. Incluiremos de forma breve, la posible integración de las redes sociales en el aula como recurso didáctico, teniendo en cuenta las características de las nuevas generaciones y de la sociedad de la información.



Este estudio parte de la formulación de una hipótesis previa que trataremos de demostrar a través de un cuestionario elaborado. Está compuesto por enunciados y preguntas concretas y mayoritariamente cerradas, a través de las que recogeremos la información para posteriormente realizar el análisis de datos y redactar un informe final, cerrando así la investigación en cuestión.

### **3.2.OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Una vez comentado el objetivo general de la investigación, veremos los objetivos específicos de la misma:

- Conocer los cambios que nos han aportado las TIC en la sociedad.
- Identificar cómo estos cambios afectan al ámbito de la educación.
- Conocer el uso de las redes sociales en ambientes universitarios, como aspectos de apoyo a las asignaturas impartidas o, por el contrario el uso de las mismas como ocio y diversión.
- Conocer el uso que hacen los más jóvenes (comprendidos en edades universitarias) de las redes sociales.
- Comprobar el tiempo que pasan conectados a la red, tanto el dedicado a fines lúdicos, como el empleado a fines académicos.

## **4. MARCO TEÓRICO**

### **4.1.LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN**

Al implantar las TIC (Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación) en la vida cotidiana surgen las sociedades de la información, afectando a las relaciones sociales, culturales y económicas de una comunidad, eliminando el espacio y el tiempo y facilitando una comunicación ajena a esas barreras.

La sociedad de la información se ve como la sucesora de la sociedad industrial. Podemos definirla como aquella en la que la información es facilitada por las

tecnologías modernas, bien creando esa información, distribuyéndola o manipulándola, llegando a toda la sociedad.

En la declaración de principios de la Cumbre de la Sociedad de la Información que se celebró en Ginebra en el año 2003, se establece que la información debe centrarse en la persona y debe orientarse hacia el desarrollo con el fin de que todo el mundo pueda crear, consultar, utilizar y compartir la información y los conocimientos, facilitando con ello que las personas, las comunidades y los pueblos puedan promocionarse y mejorar su calidad de vida, de acuerdo con los principios de la Carta de las Naciones Unidas.

Tras lo nombrado, consideramos que lo difícil es vivir de acuerdo con este nuevo tipo de sociedad, estar informados y actualizados, crear propuestas y conocimientos entre los millones y millones de datos que circulan en la red.

A raíz de esto, vamos a desarrollar una parte importante del presente estudio basándonos en los objetivos planteados a priori de la realización de la investigación.

## **4.2. EVOLUCIÓN HISTÓRICA**

A finales de los años 80 y principios de los 90 las TIC evolucionaron a un ritmo vertiginoso: el intercambio de información electrónica se generalizó, Internet creció al mismo ritmo de vértigo y las telecomunicaciones se liberalizaron. Con todo ello aparecieron ante la sociedad nuevas y muy diferentes opciones para la vida diaria, unos nuevos servicios a través de la red que facilitaban y facilitan cada día más, cualquier aspecto del día a día (educación a distancia, asistencia sanitaria, empresas virtuales...). Pero con todo este progreso también aparecieron nuevos problemas: piratería, protección de datos y propiedad intelectual etc. hasta tal punto que los Gobiernos han tenido que adoptar medidas para la utilización segura de la red.

Hacia mediados de los años noventa, en Estados Unidos, Japón y en otros países del Suroeste Asiático se originó un crecimiento económico relevante, afianzándose con ello nuevos conocimientos tecnológicos que facilitaban algunos de los trabajos hasta ahora realizados manualmente. Mientras tanto y por otro lado, Europa Occidental sostenía la necesidad de abolir problemas de índole social, como la pobreza o la marginación. Se elaboraron planes de acción para solucionar estos problemas, estableciendo una serie de

estrategias para aprovechar con fines sociales el potencial de las tecnologías de la información y comunicación. (Córdoba-Pachón 2005)

A partir del año 2000, se empieza a hablar de sociedades de la información o conocimiento, donde la calidad de vida en la mayoría de las ocupaciones cotidianas podía ser mejorada gracias al uso de la información y de la tecnología.

### **4.3. VENTAJAS DE LA SI**

“La calidad de vida se puede mejorar si se buscan beneficios para los individuos” (Force 2000). Pudiendo realizarse, entre otras, las siguientes acciones:

- Participación a través del acceso a recursos electrónicos de educación.
- Generación de oportunidades de empleo en la creación, mantenimiento y manejo de recursos físicos y electrónicos de información, así como de tecnologías de soporte.
- Intercambio de conocimiento para la solución de problemas. Por ejemplo, con el uso de tecnologías de información se puede contar con expertos virtuales que asistan a quienes están practicando cirugías, atendiendo clientes o diseñando algún producto o servicio.
- Participación electrónica o gobierno electrónico.

### **4.4. CAMBIOS PRODUCIDOS EN LA SOCIEDAD DE LA SI**

Con el incremento de sociedades basadas en la información, se desarrolla una serie de postulados que indican que el conocimiento juega un importante papel en estas sociedades. Esto se debe a que los individuos pueden hacer uso de este conocimiento para generar otro nuevo.

Tras este cambio, se busca la explicación del por qué las nuevas tecnologías han llegado a lograr cambios tan significativos en la sociedad en la que hoy en día nos encontramos. Existen dos tipos de teorías según Webster (2002):

Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

- a) Las que hablan de transformaciones radicales en las relaciones sociales y de producción de bienes y servicios debido a la aparición y uso de las nuevas tecnologías.
- b) Las nuevas tecnologías complementan las relaciones sociales existentes.

Bajo nuestro punto de vista la segunda teoría explica de forma más apropiada los cambios a los que hemos hecho referencia hasta este momento.

#### **4.5.PERSPECTIVAS PARA ENTENDER LA SI**

El fenómeno de la SI, ofrece una serie de beneficios a través del uso de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Actualmente nos encontramos en un contexto, donde en cada movimiento que realizamos, requerimos el uso de información y tecnologías yuxtapuestas a ésta. Esto nos conduce a una evolución basada en el uso de las TIC.

Nos atrevemos a decir que la presencia de las TIC, determina un papel muy importante, ya que influye de manera radical, pudiendo llegar a cambiar los valores, comportamientos y maneras propios de actuar ante situaciones concretas.

Existen tres perspectivas principales para lograr entender la sociedad de la información (Córdoba-Pachón, 2005):

- **Perspectiva idealista;** parte de la premisa de que es posible utilizar la información para mejorar la calidad de vida de los individuos, (Negroponte, 1995).

Según esta perspectiva cada persona tiene acceso a la información y la puede utilizar para obtener cierto conocimiento esté donde esté, independientemente del lugar y del tiempo.

Aquí la visión idealista de la sociedad de la información, requiere una serie de *precondiciones* que permiten que las personas lleguen a la información. (Córdoba-Pachón, 2005).

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

- Una infraestructura de comunicaciones y telecomunicaciones para poder intercambiar y transmitir información y ofrecer acceso en cualquier persona en cualquier parte del mundo (Mansell, 1993).

- La existencia de un mercado libre que permita que los productos y servicios basados en información se puedan comercializar y ofrecer a los consumidores de manera que tengan más y mejores opciones de compra (Moore, 1997).

- Un acceso apropiado a educación, para que se genere una fuerza de empleo competitiva y para que se reduzcan los riesgos de analfabetismo en el uso de la información y tecnologías (Force, 2000).

- **Perspectiva *estratégica***; comprende la sociedad de la información como un juego de estrategia donde cada individuo busca alcanzar sus propios intereses.

Aquí se busca la desmitificación de la posibilidad de avanzar, “en busca de una visión homogénea para la sociedad de la información” (Córdoba-Pachón, 2005 p. 87).

Es importante analizar cómo el contexto de relaciones sociales y los intereses, afectan tanto al desarrollo como al uso de productos y servicios de información. Por eso se busca conseguir las estrategias más adecuadas para las condiciones concretas de cada contexto social.

- **Perspectiva del *poder y ética***: el poder es el medio en el cual la acción individual o colectiva se desarrolla. “El poder es consecuencia de la acción” (Córdoba-Pachón, 2005 p. 92).

A través de un análisis de relaciones de poder, entendemos como las relaciones sociales se han estructurado en función del deseo que tiene cada individuo de lograr conocimientos y progreso.

Recaudada toda esta información, se deduce que se trata de conocer cómo el poder determina las relaciones sociales, según su influencia, según su control sobre la sociedad, etc.

Tras el conocimiento de las tres perspectivas diferentes para comprender la SI, haremos hincapié en la última “*poder y ética*”, última, pero no menos importante, ya que recoge aspectos inmersos tanto en la primera como en la segunda perspectiva, donde obtiene un resultado peculiar.

Concretamente, esta tercera perspectiva, integra aspectos de las otras dos, la *idealista* y *la estratégica*, con las que coincide en la teoría de cómo las personas entienden la SI, cómo ven en ella una serie de posibilidades para mejorar su estilo de vida.

#### **4.6.NUEVOS DISPOSITIVOS EN LA SI**

Encontrarnos inmersos en una sociedad digital, donde el uso de las nuevas tecnologías ha inundado muchos de los quehaceres humanos diarios, conlleva a un replanteamiento social importante. Ligado a éste, encontramos la educación, componente esencial de la sociedad, por lo que no puede ni debe permanecer ajeno a la misma, así lo considera Hernández (2009, p. 21).

El uso del correo electrónico, la telefonía móvil, la búsqueda por las webs, entre otros movimientos que precisan transmisiones vía satélite, dan otro sentido a la vida. Pero también es cierto que a la vez, demandan nuevos aprendizajes para poder estar a la altura, o sea poder ser personas competentes en el nuevo contexto que nos rodea.

Desde la integración de estas nuevas tecnologías en la realidad social, Brunner (2000, p.12) señala que hemos obtenido grandes oportunidades de negocio, de servicios de información, medios de entretenimiento, modos de enseñanza y aprendizaje, nuevas formas de contacto, accesos a bancos de datos y muchas otras más ventajas. Pero todo ,a cambio de reorganizar el mundo desde nuestras propias prácticas en el mismo, hasta los nuevos modelos de aprendizaje que precisa dicho cambio social.

La presencia de todos estos nuevos medios, la tenemos presente desde edades tempranas, por lo que nos vemos empapados de nuevos contextos de actuación, nueva información, nuevas formas de pensamiento etc. que corresponden al nuevo ambiente y se consideran como *vitales*. Esto genera una fuerte influencia a nivel tanto social como personal.

## **4.7. TIPOS DE ALFABETIZACIONES PROPIAS DE LA SI**

Haciendo referencia al diccionario de la Real Academia Española, entendemos como “analfabeto” a aquella persona que no sabe ni leer ni escribir. A días de hoy, este término es incompleto. Actualmente, los analfabetos no solo son aquellos que carecen del dominio de estas características, sino que para aquellas personas que se desenvuelven en la SI, el término “analfabeto” responde a las que se encuentran invadidas por la cultura digital y no cuentan con los valores mínimos para desenvolverse en la misma.

Tras la existencia de la información que las TIC nos ofrece y a la que estamos expuestos desde que nacemos, aparece un nuevo concepto que recoge la necesidad de cambiar de mentalidad: hablamos de la Alfabetización Digital.

Es por esto, por lo que ahora, contamos de forma paralela con dos tipos de alfabetizaciones:

- a) La alfabetización Tradicional, que engloba el saber leer y escribir tal y como la conocemos desde siempre.
- b) La Alfabetización Digital, que hace referencia al mundo visto y medido a través de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

### **4.7.1. Concepto de alfabetización digital**

La Alfabetización Digital según Gutiérrez (2003, p.63) se entiende como:

*Un proceso que es parte de la interacción social a través de la cual el individuo va desarrollando su personalidad. Es parte integrante de una dimensión informacional o lingüística, que va acompañada de la dimensión personal y social, de una alfabetización moral y social.*

### **4.7.2. Ciudadanos alfabetizados y su movimiento en la sociedad**

Como apunta Area, M., Gutiérrez, A. y Vidal, F. (2012) El manejo de las TIC constituye un elemento cada vez más importante para ser un individuo “alfabetizado” en

la sociedad actual y futura, pero para ser ciudadanos en la sociedad digital se precisa el desarrollo de las competencias dentro de la información (p. 1).

Para el desarrollo de estas competencias, las familias y los docentes juegan un papel fundamental, ya que el impacto en agentes educativos ha sido crucial. La función educadora de ambas partes, no se limita a complementar las labores escolares sino que va más allá, afectando todos los ámbitos de la vida de las personas, tanto el ocio como las relaciones con otras personas, etc. junto con éstos, las TIC han entrado marcando el camino.

La nueva sociedad precisa el uso de nuevos dispositivos, de ello queda constancia, por ejemplo, con el uso normalizado de los correos electrónicos, las videoconferencias, el contacto con amigos o familiares a través de la red, las compras online, las redes sociales, etc. que son unos pocos de la inmensa mayoría de nuevos medios que tenemos, son las nuevas realidades que conforman la sociedad cambiante.

Esta sociedad repleta de información conlleva el crear diferentes tipos de conocimientos a través de los diferentes soportes a los que estamos expuestos. Por una parte, encontramos las pantallas, y por otra, el estilo de toda la vida a través del papel y el bolígrafo.

De aquí la necesidad de saber descodificar mensajes en diferentes lenguajes, o sea la necesidad de alfabetizarnos también digitalmente, ya que el cambio de formato en el que a día de hoy se trabaja, contribuye, como destaca Gutiérrez (2003), a la creación de entornos y documentos multimedia integrando gran cantidad de lenguajes diferentes, con la posibilidad de ser editados, modificados, hacer copias exactas del original, etc.

#### **4.7.3. Ventajas de la alfabetización digital**

Una de las ventajas que nos otorga dicha digitalización de documentos a través de las redes sociales y la comunicación, es la capacidad de acceder a los mismos desde cualquier punto del mundo.



Los profesores Area et al. (2012, p.24), destacan que

*La alfabetización debe ser un aprendizaje múltiple, global e integrado de las distintas formas y lenguajes de representación y de comunicación –textuales, sonoras, icónicas, audiovisuales, hipertextuales, tridimensionales– mediante el uso de las diferentes tecnologías –impresas, digitales o audiovisuales en distintos contextos y situaciones de interacción social–.*

Tras la colaboración de Brunner (2000) quien dice que texto, palabra e imagen se combinan de formas que hasta hace poco apenas podíamos imaginar, confirmamos las necesidades que se han generado en la SI para desenvolvemos en ella y además ser capaces de crear nuevo conocimiento multimedia (característica que la define como sociedad del futuro), con todo lo que con ello conlleva.

#### **4.7.4. La digitalización desde un punto personal**

En definitiva, diremos que la alfabetización es un proceso que cada persona debe ir construyendo tanto de forma individual como colectiva. Debe llevarse a cabo a través del uso de diferentes tipos de medios y Tecnologías de la Información y la Comunicación. De esta manera, las nuevas tecnologías no se deben considerar como un apoyo o un recurso didáctico para las tareas y trabajos escolares, tanto a nivel del alumno como docente.

Deben ser un contexto en el que tanto grandes como pequeños sean capaces de enfrentarse y sepan desenvolverse, de modo que conozcan métodos apropiados para resolver posibles problemáticas que se les presenten.

Un pequeño apunte que debemos tener en cuenta a la hora de hablar de alfabetización digital, es que ésta no se basa única y exclusivamente en el uso instrumental de los aparatos, como por ejemplo la manipulación del *hardware* o el *software*, sino también tiene en cuenta las habilidades intelectuales de sus usuarios, la reflexión de los mismos sobre su manipulación, sobre su uso adecuado, etc. Para ello se precisa una buena formación docente a lo largo de toda su preparación, tanto escolar como profesional, para lograr con ello que los alumnos adquieran una formación íntegra ya que mañana ellos serán el futuro de nuestra sociedad.

## **4.8.LA FORMACIÓN DEL PROFESORADO EN TIC**

“El profesor que alfabetiza es más educador que instructor enseñante”, (Area et al. 2012 p. 10). Tras esta afirmación, queremos romper con la idea de que los nuevos medios junto con las TIC, son meros recursos didácticos integrados en el currículum como tales, sin sobrepasar esa barrera que limita la posibilidad de “sacar más jugo” de lo que realmente nos aportan tanto en la sociedad, en la escuela, en la persona etc. Por lo tanto queremos romper la idea acotada sobre los mismos.

Una postura importante para seguir esta línea, es la del docente, quien debe poseer una formación integral y de calidad, para poder transmitir los valores, las críticas personales de carácter significativo y constructivo sobre el uso, manejo y comprensión, de estos aparatos. Se trata por lo tanto de saber educar a los más jóvenes tanto instrumental como reflexivamente en el manejo y en la consideración de éstos.

El docente no debe contemplar los nuevos medios como un simple apoyo para las asignaturas de los educandos, limitando su labor profesional, a la enseñanza instrumental, como puede ser el uso de un ordenador. Al contrario, el docente debe entender los nuevos medios como objetos de análisis críticos y como agentes educativos.

### **4.8.1. Dimensiones obligatorias para la formación del profesorado en TIC**

Siguiendo la línea de estos tres autores, contamos con su aportación donde establecen tres dimensiones, que consideran obligatorias, en la formación del profesorado en TIC.

Gutiérrez en Area et al. (2012, p.10) afirma que el profesorado debe incluir en su formación como profesional en Tecnologías de la Información y Comunicación:

- *Formación como persona y ciudadano del siglo XXI, de la sociedad de la información, en la que el conocimiento y uso de las TIC desempeña un papel fundamental. Esta formación es permanente a lo largo de toda la vida.*
- *Formación didáctica, capacitación como docente. Estudio de la tecnología educativa y sus posibles usos en la enseñanza.*
- *Formación como educador, que le haga consciente de cómo los nuevos medios también educan, transforman la sociedad y condicionan su vida y la de sus*

*alumnos. Para ello sería necesaria una adecuada educación en materia de comunicación o educación mediática.*

La formación integral del profesorado, como se indica en las tres dimensiones anteriormente nombradas, debe contribuir a un cambio en la enseñanza de los estudiantes en temas referidos a la Alfabetización mediática, con el nuevo objetivo de transmitirles y enseñarles nuevas herramientas esenciales en la actualidad, para que ellos puedan integrarse en la sociedad y en los nuevos medios, como ciudadanos autónomos, jóvenes y críticos. Se trata por tanto, de crear personas con cierto conocimiento para moverse por la SI de forma significativa, responsable y sabiendo sacar partido a todos estos nuevos medios que tenemos para crear información, adquirirla, etc.

#### **4.8.2. Alfabetización mediática**

Dentro del mundo digital aparece pues un nuevo concepto: la alfabetización mediática o “alfabetización a través de los medios” Bernad y Solá (2007, p.70).

Aquí los medios de comunicación juegan un papel importante para combatir las nuevas formas de analfabetismo, ya que a través de ellos se puede enseñar a utilizar las tecnologías de la información y la comunicación.

Destacaremos que la alfabetización mediática pretende alcanzar el reto de despertar curiosidad por explorar, por uniformar el aprendizaje y por obtener el desarrollo de una ciudadanía crítica.

#### **4.8.3. Educación para los medios**

De forma integrada al término en cuestión, encontramos la educación para los medios, considerada como “una necesidad derivada de la presencia de los medios de comunicación en nuestro quehacer cotidiano” Gutiérrez y Hottmann (2006, p.4).

A partir de la educación para los medios, se pretende aportar ayuda a los educandos, con el fin de desarrollar una comprensión crítica sobre los medios de masas y su impacto ante la sociedad. Ésta ha sido definida, como la capacidad de acceder, analizar y producir comunicación de varias formas (Gutiérrez y Hottman, 2006).

Es relevante abordar aspectos sobre los medios de comunicación, ya que para los más jóvenes, suponen una gran influencia en su forma de pensar y de vivir, llegando a determinar el uso de su tiempo libre e influyendo en su manera de ver el mundo y la sociedad.

#### **4.8.4. Características de las nuevas generaciones**

Observamos hoy en día, como las nuevas generaciones nacen con la mente adaptada a lo que nos envuelve siendo este un motivo, por ejemplo, por el cual los niños entran al colegio sabiendo manejar, sin previa enseñanza, las funciones básicas de un ordenador. De esta manera, podemos ver como algunos de los nuevos medios o TICs que hoy en día tenemos al alcance de la mano, responden a una parte de nuestro día a día.

Los videojuegos, el e-mail, Internet, los teléfonos celulares y la mensajería instantánea se han convertido en parte integral de nuestras vidas y en el oxígeno tecno-cultural que respiran los chicos del tercer milenio, conformando la base de una nueva élite tecno cognitiva que exige atención y comprensión” Piscitelli (2009, p.45).

#### **4.8.5. Competencias y contenidos mínimos de la alfabetización mediática**

Destacamos el hecho de posicionarnos en la nueva era de la información, pudiendo hacer referencia, a varias de las alfabetizaciones que con sus potencialidades, conforman las competencias precisas para entender en términos generales la alfabetización mediática. Esta alfabetización mediática o educación para los medios consta de unas competencias y contenidos mínimos, de una serie de aspectos clave que según Gutiérrez (2003, p.67) podrían resumirse en:

- *Los documentos que nos ofrecen los medios de comunicación no son un mero reflejo de la realidad que representan, son formas de representar una realidad.*
- *Las empresas mediáticas son complicados entramados con grandes intereses comerciales e ideológicos que aparecen reflejados en las propias producciones y en las formas de distribución.*

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

*- Los medios de comunicación actúan como agentes educadores de la audiencia, transmiten una ideología y contribuyen decisivamente a crear una determinada identidad cultural o tipo de sociedad.*

*- Las audiencias no son entes pasivos y amorfos, sino que participan en la negociación de los dignificados propuestos por los productos mediáticos.*

*- En una economía de mercado la calidad de espectadores o consumidores de un producto mediático justifica a dicho producto y se convierte en la principal razón de su existencia”*

### **4.8.6. Experiencia propia sobre la formación del profesorado en TIC**

Desde mi propia y corta experiencia, tras la formación profesional como docente a lo largo de tres años consecutivos en la Escuela de Magisterio de Segovia, siento que la formación referida a las TIC, la educación mediática y alfabetización digital, no ha sido proporcional a la importancia que éstas tienen en la sociedad. Actualmente, siendo ya maestra (pero sin ejercer), veo que la importancia que se le da a las nuevas tecnologías y a los nuevos medios, no corresponde con la realidad contextual a la que estamos expuestos.

### **4.8.7. Nuevos soportes de aprendizaje en la SI**

Como todos sabemos y habremos comprobado, además de venir diciéndolo a lo largo del documento, las TIC han entrado en nuestras vidas sin previo aviso. Es por esto por lo que la “materia principal” por llamarla de alguna manera, la que hace años considerábamos que era estrictamente necesaria saber para ser ciudadanos capaces de movernos por la sociedad, como puede ser aprender a leer libros, a escribir en una libreta etc. se ha ligado a otro tipo de alfabetización, la ya nombrada alfabetización digital. Esto requiere el cambio en cuestión de la SI.

#### **4.8.8. Los profesores: piezas fundamentales de ese cambio.**

Con la Alfabetización Mediática e Informativa se extiende un movimiento de educación cívica encaminado a lograr que los ciudadanos puedan ejercer tanto su derecho de libertad de expresión como su derecho a la información sin traba alguna.

En ese movimiento educativo es donde los profesores tienen uno de sus papeles más importantes.

#### **4.8.9. Currículum para profesores sobre “Alfabetización Mediática e Informativa” (AMI)**

Con este currículum se pretende alcanzar los objetivos de la declaración de Grunwald (1982), la Declaración de Alejandría (2005) y la Agenda de París de la UNESCO (2007), logrando una mayor cooperación internacional para que la educación relacionada con los medios de comunicación se desarrolle.

Wilson et al. (2011, p.185) explica que

*AMI es el acrónimo de (media and information literacy) alfabetización mediática e informativa y se refiere a las competencias esenciales (conocimiento, destrezas y actitud) que permiten a los ciudadanos involucrarse eficazmente con los medios y otros proveedores de información y desarrollar un pensamiento crítico y un aprendizaje de destrezas a lo largo de toda la vida para socializar y convertirse en ciudadanos activos.*

Ya que las tendencias apuntan hacia la unificación en una sola plataforma de la radio, televisión, Internet, periódicos, libros digitales etc. es por lo que se necesita instaurar un sistema formal de educación para profesores; educación que después éstos transmitan a millones de personas, consiguiendo que las sociedades sean alfabetizadas en medios de información y logrando comprender mejor lo que significan los medios de comunicación y las tecnologías de la información en la vida de las personas.

##### **4.8.9.1. Partes del currículum AMI**

**1ª Parte: Currículum AMI y Marco de Competencias** (Visión general de los temas principales) intenta ayudar a los profesores a comprender y a explorar AMI

basándose en el conocimiento, entendimiento, valoración, producción y uso de los medios e información.

### **2ª Parte: Módulos Obligatorios y Opcionales (Detalles del Currículum)**

Deben ser flexibles para poderse acoplar a los distintos sistemas educativos, pero deben hacer hincapié en las libertades fundamentales comprendidas en la Declaración universal de los Derechos Humanos, de manera que los profesores entiendan la importancia de esos Derechos como parte necesaria de la educación cívica.

Los módulos tratan los nuevos medios de comunicación y los de siempre; la audiencia, las noticias, la publicidad, la ética de la información la alfabetización informacional, y las habilidades bibliotecarias. En cada módulo existen objetivos de aprendizaje, notas pedagógicas y actividades para poder trabajar con los alumnos.

#### **4.8.9.2. Módulos AMI**

- El módulo primero: “Ciudadanía, libertad de expresión e información, acceso a la información, discurso democrático y aprendizaje a lo largo de la vida” abarca la alfabetización mediática e informacional, la participación cívica y la colaboración con los medios y con otros proveedores de información.
- El módulo segundo: “Entendiendo las noticias, los medios y la ética de información”, (el periodismo y la sociedad; la libertad ética y rendición de cuentas; lo que genera noticias; proceso de desarrollo de las noticias).
- El tercer módulo: “Representación en los medios e información” (p. 91). Trata de formar de manera crítica a los docentes para ser conscientes de la manipulación e influencia que tienen los medios sobre la sociedad. Se pueden cuestionar preguntas tipo “*¿De qué forma estas imágenes influyen en la forma en cómo nos vemos a nosotros mismos y a otros?*”, “*¿De qué forma influye nuestro conocimiento y entendimiento del mundo más allá de nuestra experiencia inmediata?*”

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

- El módulo cuarto: “Lenguaje en los medios de información”. Hacemos referencia, tal como hacen los autores en cuestión, a una cita que Marshall McLuhan hizo en 1964; “El medio es el mensaje”.

*La fase inicial para considerarse personas alfabetizadas en medios e información, es lograr comprender como la información, las ideas y el significado se comunican a través de y por varios medios y otros proveedores de información, tales como bibliotecas, archivos, museos e Internet , Wilson et al. (2011, p.103).*

Otro aspecto importante es la gran variedad de lenguajes con los que se cuenta para lograr descodificar un mensaje. Por ejemplo, el lenguaje verbal y el visual.

Por esto, el presente módulo trata de formar a los docentes para lograr la adquisición de cierto conocimiento sobre la gran variedad de lenguajes de los medios para que puedan entenderlo.

Siguiendo con el currículum AMI, terminaremos nombrando y explicando brevemente los restantes módulos necesarios para la educación del docente en alfabetización mediática e información.

- El quinto módulo “Publicidad”, trata de cómo los docentes deben formarse para entender el significado de la publicidad eficaz y así poder evaluarla como fuente de información. Identificar, tanto aspectos positivos de los medios como negativos.
- “Medios nuevos y tradicionales” como sexto módulo, donde se trata de dar a conocer al docente la evolución de los medios digitales y electrónicos (blogs, noticias en línea, *You Tube*, redes sociales, etc.) y cómo estos han logrado un cambio importante en la sociedad, ofreciendo mayor acceso de los ciudadanos a esos cambios.
- Séptimo módulo fundamental para la formación digital del docente: “Oportunidades y retos en Internet”. Trata de enseñar las posibilidades que nos propone Internet en la SI, así como de darnos oportunidades para mejorar nuestra calidad de vida. A pesar de todos sus aspectos positivos, hay que destacar aquellos que pueden resultar dañinos para los más pequeños. Para ello, se trata de



que los docentes sepan educar sobre el uso adecuado de Internet, ya que a través de este podemos obtener apoyo en diferentes ámbitos; tanto familiar, académico etc.

- El módulo número ocho: “Alfabetización informacional y destrezas bibliotecarias”, trata de enseñar a los docentes como enseñar a sus alumnos a “desarrollar una serie de competencias para entender, obtener, generar, almacenar y presentar información para el análisis de problemas y la toma de decisiones” (Wilson et al. 2011, p. 138).

Tras la revisión de una posible manera de formación del profesorado, a través del currículum AMI, obtenemos una conclusión personal en la que afirmamos que las TIC nos proporcionan gran cantidad de información (infinita), pero por el contrario no nos proporciona el conocimiento puro.

Coincidiendo con Area, M., Gutiérrez, A. y Vidal, F. (2012), que las TIC son un medio que nos puede facilitar el acceso a la información, pero es el profesor (característico de la era digital) quien debe facilitar el aprendizaje y la conformación del conocimiento, siendo éste según los autores en cuestión, “el resultado del procesamiento de la información” y es en ese procesamiento, donde el docente debe centrar su labor como agente educativo.

En las Conclusiones del Consejo de la Unión Europea de 12 de mayo de 2009 sobre un marco estratégico para la cooperación europea en el ámbito de la educación y la formación, se recogen varios objetivos estratégicos:

- 1) Hacer realidad el aprendizaje permanente y la movilidad de los educandos.
- 2) Mejorar la calidad y la eficiencia de la educación y la formación. Para ello es necesario garantizar una docencia de alta calidad, ofrecer una formación inicial del profesorado adecuada, así como un desarrollo profesional continuo de profesores y formadores y hacer de la docencia una opción atractiva de carrera.

Para concebir la formación como un proceso permanente y que se desarrolla a lo largo de toda la vida, la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo de Educación (LOE), de acuerdo con las Conclusiones de del Consejo de la Unión Europea de 12 de mayo de

2009 defiende que se deben adaptar las futuras actuaciones a los dos objetivos nombrados anteriormente.

#### **4.8.9.3. Características principales de un docente en la era digital**

Podemos definir las siguientes características principales de un docente perteneciente a la era digital y a la sociedad de la información y, los roles a desempeñar por el mismo en la sociedad del tercer milenio.

- El docente no debe ser un mero transmisor de contenidos, sino debe facilitar el aprendizaje a sus alumnos (enseñar a aprender).
- La formación del profesor debe ser un proceso continuo a lo largo de la vida, en el que se va renovando su conocimiento. Por lo tanto su labor como docente, debe estar actualizada y adaptada al contexto en cuestión.

En cuanto a la formación específica en TIC y nuevos medios, debe actualizar de forma continua, el tratamiento de los diferentes instrumentos de análisis de datos.

Este proceso continuo que hemos nombrado, es necesario tanto para alumnos como para profesores. En el segundo caso, se trataría de una realfabetización digital de los ya alfabetizados en sentido tradicional (Gutierrez, 2008).

A raíz de todo lo tratado a lo largo del documento, extraemos una situación real en referencia a la realidad reflejada sobre nuestra sociedad, abordando así la brecha cognitiva/emocional a la que estamos expuestos.

#### **4.8.10. Nativos e inmigrantes digitales**

Prensky, M. (2001), elabora una clasificación entre aquellos que han nacido y se han formado utilizando la particular “lengua digital” de juegos por ordenador, vídeo e Internet; los nativos digitales y, por otro lado a los que por edad no han vivido tan intensamente el aluvión, pero, obligados por la necesidad de estar al día, han tenido que formarnos con toda celeridad en ello; estos son los inmigrantes digitales.

En el caso de los inmigrantes digitales, se trata de personas de entre 35 y 55 años que han vivido anteriormente a la aparición de dicha brecha.

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

Por otra parte, los consumidores y próximos productores de casi todo lo que existe, son los nativos digitales. Entre ambos polos existe una diferencia abismal en posibilidades de comunicación y de coordinación conductual, haciéndose realmente difícil dicha comunicación a menos que haya un mediador/a tecnológico/a intergeneracional.

Los cambios que encontramos entre ambos, no son según Frasca (2003) simplemente a nivel físico cerebral, sino claros usos diferenciados de funcionalidades cerebrales respondiendo a entornos de información.

Las generaciones de estudiantes de hoy en día, según Piscitelli (2009) en el intervalo de edad de 6 a 20 años (pero preferiblemente entre la franja de los 5 a los 15 años) son nativos del lenguaje de la televisión interactiva, los ordenadores, videojuegos e Internet. A este aspecto se le puede dar fundamento si nos trasladamos a hechos concretos como por ejemplo en el caso de los inmigrantes digitales, donde lo digital es una segunda lengua. Es decir, recurren a Internet, cuando no encontramos algo que nos interese; donde antes de utilizar cualquier aparato, leen las instrucciones y a continuación pasan a la ejecución. Justo a la inversa en el caso de los nativos digitales, los cuales ejecutan antes de preguntarse, siguiendo la preceptiva de Dr. *House*, *hacen primero y se preguntan después*.

De forma clara, hay cambios en el cerebro entre ambos casos, ya que la estimulación del mismo, no es igual; cada uno ocupa áreas diferentes del mismo.

Abordaremos algunas diferencias generales según Prensky (2001, p.6), entre nativos digitales e inmigrantes digitales:

- *Quieren recibir la información de forma ágil e inmediata.*
- *Se sienten atraídos por multitareas y procesos paralelos.*
- *Prefieren los gráficos a los textos.*
- *Se inclinan por los accesos al azar (desde hipertextos).*
- *Funcionan mejor y rinden más cuando trabajan en Red.*

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

- *Tienen la conciencia de que van progresando, lo cual les reporta satisfacción y recompensa inmediatas.*
- *Prefieren instruirse de forma lúdica a embarcarse en el rigor del trabajo tradicional.*

Los nativos digitales responden a una serie de características determinadas, que se asocian a la realidad social actual,

*Aman la velocidad cuando de lidiar con la información se trata. Les encanta hacer varias cosas al mismo tiempo. Todos ellos son multitasking y en muchos casos multimedia. Prefieren el universo gráfico al textual. Eligen el acceso aleatorio e hiper-textual a la información en vez del lineal propio de la secuencialidad, el libro y la era analógica. Funcionan mejor cuando operan en red, y lo que más aprecian es la gratificación constante y las recompensas permanentes (que en muchos casos pueden ser desafíos todavía más grandes que los que acaban de resolver) (Piscitelli, 2009. p.48).*

Todo lo contrario a los inmigrantes digitales los cuales no aprecian el trabajar en varios asuntos de forma simultánea, tienen problemas para trabajar con el ordenador o, para sacarle partido a las diferentes funciones que nos oferta, sin pedirle permiso al dedo.

A pesar de que la capacidad de trabajo en la red, la manipulación de las TIC y el movimiento de los nativos digitales por el espacio es más fluida y más natural; existe un aspecto muy importante que a diferencia de los inmigrantes digitales, sí lo tienen. Se trata de la capacidad de analizar los productos mediáticos.

Los nativos digitales, tienen asimilado de forma completa el manejo de la tecnología, en cambio a la hora de reflexionar sobre dicho uso, son incapaces de hacerlo. Esto se podría explicar por el simple hecho de haber nacido entre ellos.

Por ejemplo, si nos preguntaran a todos el por qué se conecta la televisión cuando apretamos el botón “ON” del mando a distancia, probablemente nadie se lo ha planteado nunca; es ahí donde está la clave de la cuestión.

Al formar parte de nuestra rutina diaria desde siempre, no nos preguntamos ni analizamos el por qué de estos pequeños actos, actos que sin embargo nos han cambiado la forma de pensar, de actuar y sobre todo de vivir.

Ahora bien, son los nativos digitales los principales autores de estos hechos; de ahí la importancia de que tanto desde casa como de la escuela, se eduque para un uso, manejo y reflexión sobre los productos mediáticos a los que les dedicamos tantas horas al cabo de un día.

#### **4.8.11. Contexto actual sobre la formación del profesorado**

Actualmente, el hecho de ser ciudadano alfabetizado ha pasado de ser un derecho a ser una obligación y más todavía, en el ámbito del profesorado: “No poseer los conocimientos y destrezas necesarios para acceder a la información y generarla en distintos lenguajes y soportes sería especialmente grave en el caso de los profesionales de la educación” (Gutiérrez en Area et al., 2012 p. 49).

Tras la experiencia personal sobre la formación didáctica del profesorado a lo largo de dicho proceso, puedo afirmar que los docentes, tanto de la especialidad de infantil como de primaria, la formación digital que reciben, no llega a los mínimos para capacitarles a un docente para facilitar el aprendizaje a través de los nuevos medios, a la utilización y la reflexión de éstos en su práctica tanto académica como en su vida personal.

Por este motivo, desde mi punto de vista afectado por la situación, considero estrictamente necesario el cambio radical en la formación de los docentes respecto a las TIC, ya que como hemos dicho a lo largo del documento, el profesorado es uno de los agentes educativos clave que debe estar alfabetizado y realfabetizado tal como se ha ido diciendo durante este documento. Si no lo logramos, los educandos se contarán con una educación “obsoleta” que nos les permitirá lograr su desarrollo integral en la sociedad como persona y miembro de la misma, o sea no se logrará la finalidad primordial de esa educación.

El profesor Gutiérrez, en Area et all. (2012, p.11), hace un recorrido integral por la situación española, centrándose en los currículos tanto de los títulos universitarios de

formación inicial como en los principales programas de formación permanente. Como valoración final destaca:

- *Aunque en prácticamente todas las universidades se contemplan las TIC en la formación inicial del profesorado, la importancia que en ellas se da a su formación inicial en medios y en TIC no se corresponde con la relevancia e influencia que se otorga a los nuevos medios en la sociedad actual. Tampoco se tiene en cuenta el modelo social previsible para el futuro de los escolares actuales ni la alfabetización digital necesaria para afrontarlo.*
- *La urgencia por justificar la inversión en tecnología hace que en la formación del profesorado se priorice la capacitación técnica e instrumental para el uso de dispositivos y programas. La formación mediática del profesorado se reduce en muchos casos a los conocimientos técnicos para el manejo de los dispositivos adquiridos.*
- *Tanto en la formación inicial como permanente del profesorado (ambas consideradas ya como parte de la formación a lo largo de toda la vida), cuando se supera la dimensión tecnológica, las actividades formativas se centran más en el potencial didáctico de las TIC que en su potencial educativo. Podríamos, por tanto, asegurar que los contenidos instrumentales priman sobre los más crítico-reflexivos.*

Tras la aportación del profesor, reafirmamos de nuevo el problema que encontramos en la formación inicial del profesorado. Encontramos docentes “formados” que no responden a las necesidades digitales que nos reclama la sociedad actual, siendo la única solución un cambio radical en dicha formación, ya que no estamos preparados para enseñar a convivir con los medios, sino que nos basamos en una lección magistral enseñando el uso instrumental de estos aparatos (ordenador, programas etc.).

#### **4.9.LAS REDES COMO RECURSO DIDÁCTICO**

En este apartado hablaremos de un aspecto que actualmente se encuentra inmerso en la formación y en la educación superior. Hablaremos entonces de las redes sociales

como posible recurso didáctico que algunos docentes han empezado a utilizar como apoyo para impartir sus clases.

#### **4.9.1. Definición de Red Social**

Las Redes sociales se encuentran en pleno auge en la vida de los más jóvenes. A lo largo del documento, cuando hablemos de redes sociales, nos referiremos como bien explica Castañeda (2010, p.18) a,

*Aquellas herramientas telemáticas de comunicación que tienen como base la Web, se organizan alrededor de perfiles personales o profesionales de los usuarios y tienen como objetivo conectar secuencialmente a los propietarios de dichos perfiles a través de categorías, grupos, etiquetados personales, etc. ligados a su propia persona o perfil profesional.*

#### **4.9.2. Contextualización del estado de las redes en la sociedad**

A día de hoy, la mayoría de los jóvenes forman parte como usuarios registrados, como mínimo de dos redes sociales distintas, por ejemplo Facebook y Tuenti; los que se encuentran sin duda a la orden del día.

El uso de las redes, como explica Torrego (2011) ha ido aumentando de manera considerable en pocos años, por lo que ha pasado a tener presencia prácticamente diaria en la vida de éstos internautas, ocupando gran parte de su tiempo libre de ocio.

El permitir encontrarse virtualmente presente ante un gran número de amigos o personas semejantes a él, conocidos etc. les ofrece la posibilidad de interactuar con los mismos de forma gratuita e independientemente del lugar en el que se encuentren. Por este motivo, las redes sociales han adquirido gran popularidad entre el sector juvenil.

Riádigos (2011) trata la importancia de estas redes y por lo tanto, los fenómenos que éstas acarrearán en la sociedad. Como bien defiende, la participación ciudadana es una asignatura pendiente en gran parte del mundo; por lo que estas herramientas pueden ayudar a suplir algunas carencias en cuanto a expresión, unión e interacción ya que tienen la capacidad de recoger y ordenar los deseos de las personas por unirse y crear vínculos.

Pues bien, actualmente destacando las redes sociales como los medios más utilizados para comunicarse los jóvenes, analizaremos aquello que las conforma, que gracias a esto se ha llevado a cabo esta masa de redes sociales. Hablamos por lo tanto de la web 2.0.

#### **4.9.3. La Web 2.0**

La Web, es la pequeña parte de las famosas tres “W” cuyo significado responde a: *World, Wide y Web* pudiéndose traducir como Gran Red Mundial. Gracias a la web 2.0 se puede determinar las web 1.0. Ésta última se trata de una red principalmente de documentos que se conexionaban entre ellos a través de los links; se trata por lo tanto de una web estática. Con la evolución de ésta, podemos hablar de servicios que ofrece como redes sociales, multimedia, aplicaciones, etc.

La web 2.0 “Es una actitud y no precisamente una tecnología” en <http://www.e-aula.cl/2011/04/la-web-2-0-la-web-de-las-redes-sociales/>.

Entendemos que es el conjunto de redes, tecnologías y sistemas que conforman la sociedad de la información.

Se trata de una nueva web dinámica, participativa y colaborativa donde los usuarios son los propios generadores de la información, (crean, comparten, opinan, se relacionan etc.) siendo ellos los protagonistas activos.

Nos referimos por lo tanto, a un espacio común donde todas las personas pueden aportar cualquier conocimiento propio, mientras que cualquier otra persona puede modificar o manipular dicha información. Por ejemplo en las redes sociales, elemento más característico en este momento de la web 2.0, se trata de interactuar en esta red a través de las oportunidades que te ofrece la nueva web, “el objetivo es que los usuarios de estas redes, publiquen y compartan un determinado elemento de comunicación concreto que se estructura en torno a esos elementos” (Castañeda, 2010, p. 20).

De ahí la denominación red “social”, ya que persigue la participación de los usuarios en la misma, con el fin de crear contenido, publicarlo y compartirlo con los demás.

En vistas a la educación, con la aparición de la web 2.0 se facilitó la posibilidad de trabajar con imágenes, vídeos y sonidos tanto a profesores como a educandos.



Castaño, Maíz, Palacio y Villaroel (2008) aportan siete ideas principales de lo que puede aportar la web 2.0 a la educación. Teniendo en cuenta las redes sociales que son las que más nos interesan en esta investigación, reflejaremos las siete ideas principales del autor en cuestión:

- *Aprovechamiento del poder de la comunidad*: se debe tener en cuenta que el fin que se debe perseguir en la educación es la de crear seres humanos solidarios y con valores democráticos, así pues, dejando de lado los valores individualistas que podemos poseer.

- *Aprovechar la arquitectura de la participación de la Web 2.0*: el hecho de tener toda la información al alcance de un *Clik*, nos permite centrar nuestra atención en aquel contenido en el que queremos indagar.

- *Uso de herramientas sencillas, sin necesidad de conocimientos muy técnicos*: como bien se indica, al ser herramientas fáciles de utilizar, gran porcentaje de personas con menos experiencia, se encuentran capaces de sumergirse en este nuevo mundo de la información, dejando a un lado las situaciones en que solo aquellos que manejaban el medio, eran los que tenían oportunidades y por lo tanto más posibilidades de acción.

- *Comunidades de aprendizaje en relación a un tema*: las redes sociales nos permiten tener distintos grupos de personas clasificados según los intereses, gustos etc.

Nos proporciona un gran abanico de ventajas el poder compartir vivencias, conocimientos etc. Además sin tener en cuenta la lejanía en la que nos encontramos unos de otros.

- *Efecto en red: cooperación entre iguales*: en cuanto a educación (tanto valores prácticos, como teóricos) posee un valor muy elevado ya que existe la posibilidad de trabajar todos a una; trabajar para conseguir un bien para la comunidad y no, un bien individual.

Los cambios que han generado las TIC en el siglo XXI, como por ejemplo Internet, se producen cada vez de manera más rápida. Demostrado queda tras el rápido recorrido que hemos avanzado al pasar de la web 1.0 y actualmente estar inmersos en la web 2.0 y a puertas de la web 3.0 en la que coincidimos con Riádigos (2011), cuando dice que será una nueva forma de entender las comunicaciones, la información y cómo nos relacionamos todos/as con ellas.

#### **4.9.4. Integración de las TIC en los diferentes niveles educativos**

Después de todo lo comentado, queda claro que las TIC a días de hoy deben estar integradas en el currículum de todos los niveles. En cuanto a infantil podemos hacer referencia al BOE, ORDEN *ECI/3960/2007*, de 19 de diciembre, que introduce dentro del Área de lenguajes: Comunicación y representación, una breve mención a las TIC:

*Bloque 2. Lenguaje audiovisual y tecnologías de la información y la comunicación*

*Iniciación en el uso de instrumentos tecnológicos como ordenador, cámara o reproductores de sonido e imagen, como elementos de comunicación.*

*Acercamiento a producciones audiovisuales como películas, dibujos animados o videojuegos. Valoración crítica de sus contenidos y de su estética.*

*Distinción progresiva entre la realidad y la representación audiovisual.*

*Toma progresiva de conciencia de la necesidad de un uso moderado de los medios audiovisuales y de las tecnologías de la información y la comunicación.*

Respecto al currículum de primaria, ORDEN *ECI/2211/2007*, de 12 de julio, en el apartado de competencias básicas, como cuarta competencia básica encontramos el Tratamiento de la información y competencia digital, en la que se especifica:

*La competencia digital comporta hacer uso habitual de los recursos tecnológicos disponibles para resolver problemas reales de modo eficiente. Al mismo tiempo,*

*posibilita evaluar y seleccionar nuevas fuentes de información e innovaciones tecnológicas a medida que van apareciendo, en función de su utilidad para acometer tareas u objetivos específicos.*

*El tratamiento de la información y la competencia digital implican ser una persona autónoma, eficaz, responsable, crítica y reflexiva al seleccionar, tratar y utilizar la información y sus fuentes, así como las distintas herramientas tecnológicas; también tener una actitud crítica y reflexiva en la valoración de la información disponible, contrastándola cuando es necesario, y respetar las normas de conducta acordadas socialmente para regular el uso de la información y sus fuentes en los distintos soportes.*

Finalmente en secundaria, REAL DECRETO 116/2004, de 23 de enero, encontramos implícitas las TIC de manera diferenciada según la modalidad del bachillerato elegido, ya que se bifurca en varias especialidades (Artes, Ciencias y Tecnología y Humanidades y Ciencias Sociales).

En general, encontramos integradas las TIC, de forma específica, en los tres niveles generales. Nosotros nos basaremos en la educación secundaria y por lo tanto, como ya hemos dicho, haremos referencia a cómo los docentes pueden hacer uso de las redes sociales como un recurso didáctico y hasta qué punto los jóvenes educandos están conformes en utilizar los mismos como un fin académico.

## **4.10. LAS REDES SOCIALES**

En un principio, hablaremos de las redes sociales más características y que más influencia tienen en la vida de los estudiantes. Entre ellas destacaremos Tuenti, Facebook, Twitter, los Blogs y los Foros de discusión.

### **4.10.1. Tuenti**

La red social Tuenti, se define a sí misma en su blog, como una plataforma de comunicación cuya misión es mejorar la comunicación y transmisión de información entre las personas que se conocen. Intenta lograr una conexión simple y rápida entre los

usuarios conectados (aceptados como amigos) para estar al corriente, día a día, de lo que está sucediendo.

Dentzel (2008) como creador de la red social Tuenti, afirma que su éxito responde a la posibilidad de establecer relaciones personales iguales a la de la vida real, ya que por su privacidad la gran mayoría de usuarios se registra con sus datos personales verdaderos, por lo tanto, establecen una comunicación virtual, pero igual a la comunicación que se podría hacer cara a cara.

#### **4.10.2. Facebook**

En cuanto a la red social Facebook, según Riádigos (2011) es quizás la red social más popular, con más de 500 millones de usuarios en el mundo. Nació en 2004 como un proyecto de la universidad de Harvard y ha tenido tal impacto en la sociedad, que actualmente la mayoría de los medios de comunicación, residen en ésta como nuevo punto de apoyo y seguimiento, como modo de interactuar con la audiencia, etc.

Para integrar esta red social en el aula, deberíamos realizar un plan de acercamiento al programa. Se trata de averiguar hasta qué punto conocen y manejan esta plataforma y, realizar si es necesario, una etapa de motivación y socialización para aquellos que se encuentran más desubicados.

#### **4.10.3. Twitter**

Otra red social que está integrada en la sociedad. Nació en 2006 y cuenta con más de 200 millones de usuarios. Su carácter simple y escueto hace que los internautas interactúen en dicha red a través de mensajes directos y rápidos. Se parece de forma simple a un pequeño blog, por lo que los usuarios son capaces de concretar y difundir mensajes que pueden extenderse a nivel global.

#### **4.10.4. Blogs y foros de discusión**

Cuando hablamos de Blogs, nos referimos a un espacio virtual en el que una persona determinada crea contenidos (información) para “colgarlos” en dicho espacio, integrando herramientas 2.0 que, en un contexto educativo, se han podido trabajar en el aula. Se trata por lo tanto de desarrollar la competencia digital en los usuarios, tanto productores del contenido, como beneficiarios del mismo, de modo que desarrollen creatividad y se enriquezcan del conocimiento abierto y expuesto para el personal. Se

trata por lo tanto, de reflexionar y saber cada persona, el significado y el sentido de la comunicación que se está llevando a cabo.

Aparici, Campuzano, Ferrés y Matilla, (2010, p.12) defienden algunos de los aspectos de la educación mediática que los blogs permiten adquirir como son,

- *Utilizar múltiples lenguajes para crear y leer de forma crítica,*
- *Interactuar con otras personas de forma real y/o virtual,*
- *Participar en las comunicaciones a través de diferentes medios y*
- *Conectarse en cualquier momento con diferentes grupos y comunidades*

Teniendo en cuenta estas características de la educación mediática, estos autores aseguran que todo individuo entendería más su entorno próximo si cumplierse dichas características, de modo que se formarían personas humanas capaces de comunicarse entre sí con diferentes lenguajes y por lo tanto se podrían permitir intercambios de información siempre respetando la libertad de expresión de cada persona.

Hacemos una pequeña diferencia entre estas redes sociales ya que a lo largo de la investigación tratamos de diferenciar el uso que le dan nuestra muestra de estudio (estudiantes universitarios) a dichas redes, para fines didácticos, como también para el ocio.

Los Blogs tienen carácter social como otras herramientas, pero se trata como dice Riádigos (2011), de páginas web a modo de diario personal. Se puede incluso plantear una nueva forma de percibir el periodismo del s. XXI.

Por otra parte, los Foros de discusión permiten establecer un debate en el que los internautas pueden aportar sus ideas personales sobre un tema en concreto o simplemente observar lo que dicen otras personas. Permite una comunicación con más personas, intercambiar información, experiencias etc.

Es en los foros de discusión donde se aprecian grandes características que podrían beneficiar el proceso de enseñanza.

“Existen principalmente para tratar temáticas concretas, debatir, aprender, coordinarse, etc.” (Riádigos 2011, p. 5).

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

Se le puede dar la categoría de un buen complemento para las clases, donde los alumnos se pueden enriquecer de la gran y variada información que se puede aportar por distintos participantes del mismo, sobre temas muy variados.

A través de los foros, cabe la posibilidad de intercambiar información con personas de diferente cultura, por lo que la única función que desencadena esta red social, no se basa solamente en informar; sino de formar por la gran cantidad, como hemos dicho antes, de información que se puede abordar de diferentes temas.

Riádigos (2011, p.5) muestra algunas de las aportaciones que pueden ofrecernos los foros a la educación:

- *Podemos obtener información sobre muchos campos del saber.*
- *Son una nueva y motivadora plataforma para aprender y enseñar con ayuda de la comunidad.*
- *Posibilidad de poder aprender y enseñar a personas muy alejadas temporal o geográficamente.*
- *Contribuir en la construcción de conocimiento abierto, libre y gratuito, colaborando en la democratización del mismo.*
- *Facilidades didácticas para personas con pocos conocimientos a través de tutoriales en red y empleando diferentes medios disponibles (texto, sonido y vídeo).*
- *Posibilidad de construir el conocimiento de manera comunitaria. Pueden facilitar el trabajo cooperativo, en grupos y de investigación.*
- *Ofrecen mayores posibilidades espaciales, temporales y económicas por su versatilidad.*

#### **4.10.5. Ventajas e inconvenientes de las redes sociales**

A pesar de que las presentes redes sociales nombradas, nos ofertan un gran abanico de actividades que nos aportan aspectos positivos, tenemos que tener en cuenta por otro lado, aquellos aspectos negativos que se esconden detrás de todas estas satisfacciones.

Por ejemplo en Tuenti, los jóvenes exponen gran cantidad de información, tanto personal como emocional, etc. Como dice López (2008) uno de los atractivos que tiene Tuenti, es la posibilidad de cotillear las acciones de otros usuarios, juzgándoles por su apariencia, forma de comportarse, de escribir, sin tomarse la molestia de conocerles. Otro aspecto negativo que encontramos es, como bien especifican Carreras y Román (2010), que muchos usuarios no tienen la capacidad de procesar y analizar la información, por lo que otros internautas pueden manipularles imponiendo pensamientos globalizados.

Lo que sucede en Tuenti, puede ocurrir en todas las diferentes redes de las que formemos parte.

Ahora vamos a ver una serie de desventajas que pueden aflorar si utilizamos las redes sociales de forma inapropiada. Para ello Riádigos (2011) expone un par de ejemplos al respecto:

*- Negocio como elemento central: Facebook es el ejemplo más claro de esta cuestión. A su salida a bolsa prevista para 2012 hay que sumar la presencia de publicidad en la aplicación. La intromisión del mundo empresarial en las redes y el condicionamiento de éstas es cada día más habitual ya que son suculentos negocios para empresas, artistas y marcas. Otro ejemplo de estas cuestiones es la red MySpace, que si bien es cierto que está cayendo en desuso, hasta hace muy poco era la red social con más personas usuarias. Esta red ha tenido una muy importante inversión publicitaria por parte de Microsoft.*

*- Falta de privacidad (modelo “patio de luces”) y apropiación de datos personales: Esto está creando incesantes problemas éticos y legales sobre la información alojada en la red. Por un lado las personas que utilizan estas herramientas no siempre son conscientes de las consecuencias que puede tener subir determinada información a internet. Fotos, comentarios y demás, una vez*

*volcados al ciberespacio no pueden ser privados nuevamente. Especial atención requieren los datos personales y las fotografías de menores de edad. Pero es que las propias redes sociales pueden estar llevando a cabo prácticas de dudosa legalidad. Por ej. Facebook cambió en 2009 su política anunciando que pasaba a ser propietaria de los datos de las personas usuarias, independientemente de que se dieran de baja en el servicio, lo cual viola por ej., la ley española de protección de datos.*

Vistos los aspectos positivos y negativos, trataremos de identificar cómo los docentes tratan de integrar estas redes sociales como recurso didáctico para sus alumnos con el único fin de mejorar la calidad de su educación y por lo tanto, el aprendizaje de los mismos.

#### **4.10.6. Las redes sociales desde la educación**

Los docentes necesitamos un cambio radical y repentino en la manera de impartir las clases. Sin darnos cuenta tenemos delante un gran abanico de herramientas de las que se podría sacar mucho jugo de cara a los educandos.

Partiremos de la presencia de las TIC en la vida de los alumnos. La inmensa mayoría de los jóvenes, conocen por ejemplo lo que es el Facebook. Por lo tanto, ¿Por qué no tratamos de “apoderarnos” de él? De acuerdo con Rocha (2011), deberíamos tomar los espacios que ya fueron tomados por los jóvenes y de este modo, ver de qué manera los podemos utilizar educativamente.

Como hemos dicho al inicio de este estudio, trataremos de identificar el uso que los universitarios tomados como muestra, hacen de las redes sociales. Para realizar este análisis, seguiremos basándonos en las redes más comunes que hemos citado anteriormente.

Como profesionales debemos saber que las redes sociales no educan como tal, es más, no fueron creadas para ello, pero por lo contrario sí que las podemos usar para hacer de ellas una herramienta que facilite el aprendizaje de nuestros alumnos.

Hay gran variedad de aplicaciones y actividades que podemos realizar a través de las redes sociales, por ejemplo: en el Facebook podemos formar grupos. ¿Por qué no



fomentamos el trabajo colaborativo a través de esta red? Prensky (2001) dice que no podemos seguir esperando a que sean los estudiantes los que cambien, ellos ya tuvieron su “apagón analógico” desde antes de nacer, son nativos digitales y nosotros los docentes somos los inmigrantes digitales que tenemos que asimilarnos a esa cultura, su cultura, la digital.

Tal vez pueda ser una motivación para el alumno entrar a su cuenta personal donde pasa horas y horas de su tiempo charlando con sus amigos y encontrarse con la “tarea” académica sin tener que cambiar a otra plataforma, diseñada única y exclusivamente para asuntos formales y académicos. Este hecho puede suponer un granito de motivación o tal vez, todo lo contrario, pues el alumno puede pensar “A mí, mi espacio íntimo que no me lo toquen”.

Nos podemos encontrar con ambas posibilidades, pero como profesionales debemos intentar sumergirnos en este mundo más cercano al alumno. No se trata de lograr E-learning, o sea aprendizaje en línea, sino, como hemos dicho antes, se trata de aprovecharlo como una nueva herramienta que puede llegar a ser muy significativa.

De cara al docente, esto puede significar más cercanía con sus alumnos cambiando por lo tanto la relación tanto maestro-alumno, como alumno-maestro.

Si pensamos sobre el verdadero uso que le dan los más jóvenes a las redes sociales, coincidiremos en que su utilidad está enfocada mayoritariamente a fines de ocio, a fines personales e íntimos, como pueden ser colgar fotos en la web, poner estados en su perfil que especifiquen su estado de ánimo, etc.

Es interesante diferenciar aquellas redes que se entienden como más personales, destinadas a fines más cercanos al ocio de otras que los estudiantes entienden como más cercanas a fines didácticos.

Por este motivo es por el que los docentes debemos promover dinámicas en el aula que impliquen el uso de las redes sociales que ellos tan bien manejan. Sería interesante llevar a cabo actividades que impliquen el uso por ejemplo, de ordenadores portátiles, teléfonos móviles, etc. De este modo se facilitaría el interés del alumnado por el contenido que se imparte de carácter formal, aprovechando el manejo que ellos ya han adquirido por vía propia y favoreciendo de este modo, las experiencias de aprendizaje.

Para lograr un aprovechamiento íntegro en educación de todas las actividades que nos ofrecen las redes sociales, deberíamos combinarlas con pedagogías innovadoras, de modo que se pudiera extraer todo su potencial y así, facilitar una vez más el aprendizaje de las nuevas habilidades, características de este momento social, como son la comunicación, la interactividad, etc., así como su uso en contextos educativos, la creatividad y la educación en valores por ser aspectos fundamentales.

*Una verdadera red social de aprendizaje incorpora pedagogía innovadora mediante comunidades conectadas por Internet, recursos digitales y una serie de herramientas de la Web 2.0 que empoderan a los estudiantes para alcanzar los objetivos del currículo y seguir aprendiendo sobre diversos temas, más allá de las aulas de clase.*

Discipio (2009). En:  
<http://www.eduteka.org/modulos.php?catx=10&idSubX=306&ida=985&art=1>

Afirmamos pues, que el hecho de utilizar redes sociales en ambientes de aprendizaje favorece la comunicación, pero no solo se debe ceñir a ésta. Alemany (2009) en Castañeda (2010) explica en la obra “Aprendizaje con redes sociales”, una serie de características que deberían cumplirse para determinar el aprendizaje como significativo junto con las redes sociales;

- Proveer al estudiante de un entorno creativo con múltiples herramientas y materiales (sonidos, imágenes, vídeos...) que le envuelvan en su adquisición de conocimiento, logrando un compromiso activo con cada integrante del aula.
- Facilitar el contacto entre alumnos y profesor, permitiendo que realicen actividades en conjunto y que compartan sus ideas.
- Al romper la barrera de espacio y tiempo, ya no es necesario esperar a estar físicamente con cualquier integrante del aula para plantear alguna pregunta o compartir algún conocimiento.
- Ofrecer a los estudiantes el acceso a un mundo de información que les permite una conexión con el contexto del mundo real, abriéndoles las puertas sobre cualquier tema impartido en clase.

Se trata por lo tanto, de un proceso de cooperación y colaboración común, en el que todos y cada uno de ellos se beneficia tras el uso de las nuevas tecnologías construyendo conocimiento.

La integración y utilización de las nuevas tecnologías, al permitir al alumno un aprendizaje más autónomo por su parte, hacen necesario formar al educando en competencias básicas como el trabajo en equipo, para lograr un aprendizaje significativo a través de procesos de interacción y comunicación, con el resto de personas bien físicamente, bien de forma virtual.

Si los docentes actualmente, proponemos trabajar a través de la plataforma docente (como puede ser Moodle), puede que el alumno se sienta fuera de su red habitual y por lo tanto no le motive entrar única y exclusivamente para trabajar aspectos académicos. En cambio si logramos sacar todo el jugo que nos puede aportar por ejemplo Facebook en la vida académica, el alumno puede ser que se sienta interesado al entrar en su propia red a la que dedica gran parte de horas de su día a día.

Por lo tanto es necesario decir que, aspectos como la falta de privacidad o el negocio en el contexto de las redes sociales, puede tener cierta repercusión a nivel educativo, tanto para el alumnado como para el docente, siempre y cuando no sepamos reaccionar ante situaciones problemáticas inicialmente planteadas

#### **4.11. LA NUEVA ERA DE LA INFORMACIÓN**

Concluyendo, tal como hemos visto y tras la experiencia personal (al formar parte de los estudiantes de las nuevas generaciones) afirmamos que la gran mayoría de usuarios opta por la comunicación a través de los medios de masas.

Esto se debe a la cantidad de tiempo personal que dedican, por ejemplo a Internet, donde muchos de ellos gran parte de ese tiempo lo invierten en comunicación a nivel de ocio y pasatiempo.

Este hecho se puede considerar normal ya que las nuevas generaciones han nacido cogidos de la mano de las nuevas tecnologías, por lo que las consideran algo “de siempre” mientras que otros (generaciones más avanzadas) necesitan una realfabetización, ya que se tienen que adaptar al nuevo contexto. Bien lo explica Prensky (2001) cuando dice que nuestros estudiantes piensan y procesan la información de modo significativamente distinto a sus predecesores. Esto se debe al mero hecho de convivir con la tecnología desde el primer momento de vida, tal como se dijo antes.

Del mismo modo, Rocha (2011) afirma que el joven que ha nacido en la Era Digital, trae un chip integrado desde su nacimiento. No conoce lo analógico, crece junto a la tecnología de tal modo que esta está completamente integrada en su vida.

Tras esta afirmación, es necesario, que tanto los jóvenes como las personas más mayores, atiendan personalmente a los contenidos más relevantes de la educación mediática, como son los contenidos instrumentales. Por ejemplo, los más pequeños al crecer con las TIC, aprenden hacer uso de estos “aparatos” sin necesitar ninguna enseñanza previa, como por ejemplo puede ser encender la televisión. Aún así, no debemos dejar de lado los contenidos de carácter reflexivo, como hemos dicho a lo largo del documento. Se trata por lo tanto, de saber manejar estos aparatos, como también saber reflexionar sobre su uso, sus peligros, consecuencias, beneficios, etc.

A pesar de todos los avances que estamos “sufriendo”, la educación por lo general sigue una línea tradicional, dándole la importancia que merecen las nuevas tecnologías a un ritmo de “cuenta gotas”. ¿Deberíamos cuestionarnos que de ahí sale el fracaso escolar? O tal vez ¿de la poca motivación que sienten los jóvenes al entrar en el aula y sentarse en un pupitre frente al profesor que muchas veces no sabe ni encender un proyector? Estas son algunas de las cuestiones que se plantea Rocha (2011), que tienen gran importancia y que deberíamos cuestionarnos todos los docentes.

La sociedad actual lleva consigo nuevos aprendizajes y nuevas alfabetizaciones, tanto a nivel del docente como a nivel del educando, de modo que no podemos pedir a un alumno que domine algún tema que nosotros mismos no controlamos.

Por este motivo, porque no se trabaja con y sobre las TIC en el ámbito escolar, la mayoría de aprendizajes digitales que se llevan a cabo en generaciones jóvenes se hacen fuera de las aulas, por lo tanto se trata de una educación informal.

“La educación informal adquiere cada vez más importancia en la alfabetización como preparación básica para la vida” (Area et al. 2012, p.47). Por este motivo la escuela debe desempeñar un papel crucial en la formación de los nuevos ciudadanos de manera que cuando terminen esa etapa formativa estén preparados para vivir en el contexto con el que se encuentren.

Si la escuela se concierne del tipo de sociedad en el que nos desarrollamos y en el que se van a mover nuestros educandos de ahora, la educación informal puede ser un potenciador y una ayuda crucial para el ámbito formal y el desarrollo de las TIC. Por ello se precisa que no solo los más pequeños se adapten al contexto actual, sino que la escuela junto a su comunidad educativa, se debe adaptar a los cambios a nivel global. Los profesores deben tener la capacidad de cambio y adaptación tan integrada como aquellos inmigrantes digitales, ya que se trata de ser ciudadanos competentes que sepan desenvolverse por la nueva era de la información.

Clarificar que las funciones del docente, no se basan en la mera transmisión de la información a sus alumnos. Se trata de preparar a niños para su futura vida como personas adultas.

#### **4.12. LAS REDES SOCIALES EN MANOS DE LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD**

Tras hacer referencia a los tres primeros objetivos planteados:

- Conocer los cambios que nos han aportado las TIC en la sociedad.
- Identificar cómo estos cambios afectan al ámbito de la educación.
- Conocer el uso de las redes sociales en ambientes universitarios, como aspectos de apoyo a las asignaturas impartidas o, por el contrario el uso de las mismas como ocio y diversión.

Nos vamos a centrar en este capítulo en los dos objetivos restantes:

- Conocer el uso que hacen los más jóvenes (comprendidos en edades universitarias) de las redes sociales.
- Comprobar el tiempo que pasan conectados a la red, tanto el dedicado a fines lúdicos, como el empleado a fines académicos.

En la presente investigación se elaboró un cuestionario de preguntas semi-abiertas a través de las que se tratará de identificar y conocer el uso que los estudiantes elegidos como muestra del estudio, hacen de las redes sociales.

Ahora trataremos de ir un paso más allá del Tuenti, Facebook, Twitter, Foros de discusión y Blogs sobre el uso de las redes sociales.

Una de las ventajas que poseemos en dicho estudio es que yo, autora del mismo, me encuentro integrada entre este grupo de jóvenes que pertenecen a varias redes sociales. Desde un punto de vista crítico, hay que afirmar antes de ver la hipótesis del estudio, que los jóvenes prefieren hacer uso de las redes sociales como vía de comunicación con sus amigos y conocidos antes que emplear parte de su tiempo para entrar en la plataforma de la universidad destinada a fines académicos.

A través del cuestionario realizado como técnica e instrumento para obtener datos analizables comprobaremos si se verifica el caso expuesto.

En medida de lo posible, trataremos de averiguar qué motivaciones tienen estos estudiantes para interactuar en las redes, con qué finalidad lo hacen y cómo lo hacen.

#### **4.13. A MODO DE RESUMEN DEL MARCO TEÓRICO**

Recalcaremos aquí las cuestiones más importantes del documento tratadas hasta ahora. Para ello, haremos referencia de forma breve y concisa los avances que han producido las nuevas tecnologías.

Nos han cambiado la vida tratando de mejorarla y efectivamente lo han conseguido. Si nos paramos a pensar sobre dichas mejoras queda al descubierto una parte de adaptación que recae sobre nuestro propio peso, se trata de la realfabetización o alfabetización de todas las personas en la sociedad de la información. Solo logrando este proceso, podemos ser capaces de entender todos los avances que se han llevado a cabo en cuestión de pocos años y, los que desencadenan un papel crucial para nuestras vidas. Por ello una vez más, destacar el papel de la educación, que desde el colegio debería tomar la directriz de la educación ya desde los alumnos más pequeños.

Hablaremos sobre las redes sociales, sobre su aspecto beneficioso para la sociedad, pero también sobre su aspecto negativo. En función del uso que les damos, pueden facilitarnos la cooperación y coordinación del trabajo tanto individual como en grupo, pero también pueden acarrear problemas sociales o educativos. Estas dos perspectivas,

se deben tratar de cerca desde la escuela y la familia, de modo que nos dé pie a reflexionar sobre el uso y el manejo de dichas redes sociales.

La existencia de nuevas tecnologías o herramientas informáticas como apoyo didáctico en el aula, no es un mero sinónimo de buen uso de éstas, sino que deben ir acompañadas de herramientas pedagógicas adecuadas.

Inmersos ya en el contexto del estudio, trataremos de llevar a cabo su análisis. Veremos desde muy cerca el uso de las redes sociales, de Internet y de aquellos dispositivos que nos han facilitado las TIC para hacer de ellas un uso diario.

Vamos a tratar de ver cómo afectan las redes sociales a esta muestra elegida, cómo crean cierta dependencia las TIC en el día a día en el contexto en el que vivimos y sobre todo como se mueve esa muestra en esta SI; bien como consumidores activos de todos los dispositivos y redes sociales señaladas en el cuestionario o bien, como consumidores pasivos (lo que diferenciamos entre nativos digitales o inmigrantes digitales), bien con fines de ocio o por el contrario con fines de estudio.

De este modo veremos cómo afectan las redes sociales a la vida de los más jóvenes, desde la vida íntima hasta la vida académica.

## **5. METODOLOGÍA**

### **5.1. MARCO METODOLÓGICO**

En esta investigación hemos realizado un análisis sobre el uso de las redes sociales en la universidad. Hemos llevado a cabo una comparación entre dos promociones diferentes pero del mismo año de la carrera de Magisterio de Educación Infantil, entre dos universidades paralelas: Escuela Universitaria de Magisterio de Segovia y la Universidad de Castellón, Jaime I. En este capítulo nos centraremos en los aspectos de diseño y la metodología llevada a cabo.

La elección del tema del estudio, responde a motivaciones personales. Desde un punto de vista personal, como investigadora me sentía que formaba parte de esa muestra elegida para llevar a cabo el estudio. Por lo tanto, actualmente siendo estudiante y

teniendo una vida activa en las redes sociales, consideré que podía ser un estudio interesante a día de hoy.

Digo a día de hoy por el momento en que nos encontramos (en la sociedad de la información). Como hemos dicho anteriormente en el marco teórico, las redes sociales se llevan gran parte del tiempo de éstos estudiantes, por lo tanto sería interesante analizar entre estos, el uso que hacen de dichas redes; bien destinado a ocio, a trabajo etc.

La finalidad que perseguimos es averiguar cómo los educandos de la universidad, consideran las redes sociales entre ellas, como diferentes. Con esto nos referimos a identificar las distintas redes que ellos manejan, bien por ocio o por trabajo, para llegar a un resultado en concreto; el nivel de implicación dependiendo de la red social y del fin al que esté destinada.

Cuando se habla de investigación en educación, ésta debería estar destinada a la mejora de la situación que se está estudiando. Por ello consideramos que es necesario tener un buen investigador que cumpla con el fin preestablecido.

Delgado (2002) indica que un investigador cualificado en el ámbito educativo, debe primar por la comprensión de lo social, como también de las realidades humanas. De forma simple podríamos decir que el investigador debería partir de la realidad social que de la que parte, para lograr ciertas mejoras en la misma. Hacemos referencia por lo tanto a una perspectiva cualitativa. Se trata de abordar situaciones que afectan al contexto socioeducativo en cuestión, donde se persiguen ciertas modificaciones o transformaciones de la realidad que se está estudiando como también de lo cognitivo, como son nuevos aprendizajes etc.

Por lo tanto la misión de la investigación educativa, se orientará en la generación de teorías propias que tengan su fundamento en las complejidades de la realidad práctica (Arend, 1999).

Desde este modelo de investigación, las problemáticas deben ser analizadas desde un punto de vista crítico y comprometido, ya que cada práctica humana tiene gran peso particular y propio. Por lo tanto el interés de cambio, de transformación social, debe ir acompañado de una metodología apropiada que dé respuesta a los problemas y genere alternativas a estos problemas.



## **5.2.HIPÓTESIS**

Tras la iniciación del estudio y la planificación del mismo, elaboramos una hipótesis con el fin de lograr su comprobación una vez recogidos y analizados los datos de los cuestionarios pasados a la muestra elegida. Para ello, elaboramos la siguiente hipótesis:

*El nivel de implicación de los estudiantes de Magisterio en los foros académicos es inferior al que tienen en las redes sociales de carácter más personal. La frecuencia de uso es menor y las intervenciones en foros académicos obedecen más a causas y motivaciones extrínsecas (cumplir con la tarea) que intrínsecas*

A lo largo del estudio trataremos de comprobar la hipótesis planteada a través de una serie de procesos que explicaremos a continuación, llegando así a unas conclusiones y unos resultados concretos.

Entraremos en detalle a continuación; hablaremos por lo tanto de los paradigmas utilizados en el presente estudio.

## **5.3.PARADIGMAS**

Cuando decidimos llevar un proceso de investigación a cabo, es necesario elegir el paradigma que más se ajuste a nuestro estudio, a nuestros intereses y también a las necesidades que nos planteamos. Por ello debemos buscar claridad, concreción y coherencia interna en el trabajo realizado.

En nuestro caso, elegimos por un lado un paradigma positivista o también denominado “científico-técnico”. En este paradigma, destacamos que se basa en una realidad objetiva, donde los datos son observables como también medibles.

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

Las investigaciones que se basan en este paradigma, están orientadas a la comprobación de una hipótesis, considerando al investigador como una figura externa a la que se le exige neutralidad en las valoraciones y análisis de datos.

Por otro lado, haremos referencia a otro paradigma, al cual también hemos recurrido a lo largo del estudio. Se trata del paradigma cualitativo, el cual posee gran fundamento humanista para entender la realidad social. Éste determina la realidad como objetiva, ya que el mundo social se concibe como algo cambiante y dinámico, por lo que el investigador desde esta perspectiva, es una persona comunicativa y social.

Hablaremos de un estudio de carácter cualitativo ya que la relación que se establece con el objeto/sujeto como bien dice Barragán, Salman, Ayllón, Sanjines, Langer, Cordova y Rojas (2003) interesa conocerlo en su relación con sus similares pero desde fuera, por eso nos basamos en la explicación de los datos, con un fuerte apoyo en la estadística.

Tras la hacer la referencia a ambos paradigmas, elaboraremos una tabla con una serie de características de cada uno de ellos. Se trata de paradigmas contrarios, pero veremos cómo aún siendo diferentes logramos fusionarlos para obtener una metodología de carácter mixto:

PARADIGMA POSITIVISTA	PARADIGMA CUANTITATIVO
<ul style="list-style-type: none"><li>- Es un modelo destinado a explicar y controlar fenómenos.</li><li>- Aquello que sea medible es lo más importante (objetividad).</li><li>- El investigador es independiente.</li><li>- Adopta un modelo hipotético-deductivo.</li><li>- Utiliza métodos cuantitativos y estadísticos.</li><li>- Se basa en fenómenos observables.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Se basa no sólo en hechos observables y externos, sino por significados e interpretaciones.</li><li>- Intenta comprender la realidad desde un contexto concreto.</li><li>- El investigador es un sujeto comunicativo.</li><li>- Hace uso de varios métodos.</li><li>- La realidad es global, holística y polifacética.</li><li>- Observación participativa.</li></ul>

Figura 1: Cuadro comparativo de paradigmas

## 5.4.METODOLOGÍA UTILIZADA EN NUESTRO ESTUDIO

Todas y cada una de estas características, están integradas en nuestra metodología seleccionada para llevar a cabo el estudio. Así pues nuestra investigación, se basa en una metodología mixta donde combinamos aspectos cuantitativos con cualitativos.

La metodología empleada se basa en una mezcla de los paradigmas definidos más arriba (cuantitativo y cualitativo). Tratamos de analizar datos objetivos, los cuales hemos recogido a través de un cuestionario semiabierto y a su vez, intentaremos mejorar la realidad educativa a través de una posible integración de las redes sociales en el contexto educativo, en las aulas etc.

Hablaremos de las técnicas e instrumentos para la recogida de datos. Las podemos calificar como herramientas que nos facilitan la adquisición de los datos que necesitamos para posteriormente trabajar sobre éstos.

En la presente investigación hemos hecho uso de varias técnicas e instrumentos:

<b>TÉCNICAS E INSTRUMENTOS</b>	<b>APLICACIONES</b>
Cuestionario semiabierto	Alumnos de los cursos paralelos de 3º de Magisterio de Educación Infantil
Análisis de datos	Sobre los cuestionarios

Figura 2: Técnicas e instrumentos y aplicaciones.

Si nos fijamos en el cuestionario semiabierto, se trata de la técnica utilizada para la obtención de datos. Es una técnica representativa de la investigación cuantitativa. Algunas características de esta técnica de obtención de datos son las siguientes:

- Los cuestionarios se construyen para contrastar puntos de vista, no para explorarlos.

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

- Favorecen el acercamiento a formas de conocimientos nomotético, no ideográfico.
- Su análisis se apoya en el uso de estadísticos que pretenden alcanzar resultados en unos pocos elementos (muestra) a un punto de referencia más amplio y definitorio (población).

Se trata de una técnica por la cual a través de un listado de preguntas concretas, se obtienen datos impersonales que necesita el investigador para llevar a cabo el estudio.

Entre los aspectos positivos que encontramos en esta técnica, como por ejemplo la facilidad para ser contestado (si está bien planteado el cuestionario) y la obtención de datos concretos; encontramos riesgos importantes que se pueden llevar a cabo:

- Falta de sinceridad en las respuestas.
- Posibilidad de que el encuestado se sienta amenazado con la información que está facilitando.
- Incomprensión de alguno de los enunciados del cuestionario.
- Tendencia a contestar “sí” o por el contrario “no” a todas las preguntas.
- Influencia en cuanto al investigador.

Para elaborar nuestro estudio hemos seguido una serie de fases las cuales nos han permitido generarlo de forma paulatina y ordenada para seguir cierta linealidad con los contenidos.

Las fases que hemos seguido son las siguientes:

- **Análisis de publicaciones y documentos sobre el tema para ver el estado de la cuestión:** para comenzar la investigación nos hemos documentado sobre el tema, hemos buscado libros, artículos y demás ficheros relevantes para nuestro estudio, con la finalidad de conocer el estado de la cuestión y poder elaborar un marco teórico que responda a nuestros objetivos..

Además, nos hemos documentado para saber cómo elaborar un cuestionario semiabierto. De este modo lograr un resultado que coincida con nuestras exigencias sobre el mismo proyecto.

- **Elaboración del cuestionario:** Una vez documentados hemos pasado a la acción. Nos hemos basado en los contenidos del marco teórico para elaborar todo el conjunto de variables del cuestionario.
- **Selección de la muestra y aplicación del cuestionario:** para la selección de la muestra hemos tomado dos cursos de Magisterio de Educación Infantil de dos universidades diferentes. Más adelante trataremos este aspecto con más exactitud.
- **Análisis de resultados y elaboración de conclusiones:** para finalizar, hemos analizado los datos obtenidos a través del cuestionario, de modo que hemos extraído unas conclusiones las cuales nos han permitido contrastar la hipótesis planteada.

#### **5.4.1. Técnicas e instrumentos**

En este epígrafe, vamos a tratar las técnicas e instrumentos nombrados en el apartado anterior, las cuales hemos hecho uso a lo largo del estudio para poder llevarlo a cabo.

##### **5.4.1.1. Cuestionario**

En este apartado hablaremos de forma más concreta sobre la elaboración del cuestionario y la puesta en marcha de la obtención de datos a través del mismo.

Un cuestionario (Anexo 1) se compone por una serie de enunciados, en forma de interrogación como también afirmaciones o negaciones. En el cuestionario semiabierto y estructurado, está compuesto como su nombre indica, en preguntas predeterminadas, pudiendo ser abiertas o cerradas.

Para la elaboración del mismo, seguimos a priori una serie de claves para la elaboración de las preguntas:

- *Deben ser sencillas.*
- *Inequívocas.*
- *Deben estar bien ordenadas, arregladas en unidades claras y definidas con encabezamientos adecuados.*

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

- *Es conveniente colocar al principio las preguntas más generales y fáciles, para estimular la respuesta de todo el cuestionario.*
- *No deben implicar ni sugerir las respuestas.* (Garza, 2007, p. 284)

De forma general, el cuestionario debe ir acompañado por una carta o un pequeño escrito que solicite la cooperación del sujeto que va a ser investigado y por lo tanto, que va a colaborar con nuestro estudio; donde se haga referencia al objeto y la naturaleza del trabajo, la importancia de una respuesta sincera y como haremos referencia a continuación, la seguridad y reserva de los datos facilitados; ofreciéndoles una copia del estudio una vez sea concluido.

Para iniciar el proceso de elaboración del cuestionario, además de lo que hemos comentado en las fases que hemos seguido a lo largo del proyecto; una vez documentados y preparados para la puesta en marcha, pensamos en todos aquellos contenidos que queríamos analizar. Posteriormente pasamos a ordenar la información de la siguiente manera:

Dividimos el cuestionario en tablas diferentes en las que podemos encontrar los siguientes grupos de contenidos a analizar:

- Frecuencia de diferentes dispositivos
- Tiempo de utilidad de internet
- Del tiempo utilizado en internet, qué porcentaje está destinado para divertirse y qué para estudiar.
- Servicios de internet para estudiar y para divertirse
- Foros, Blogs y Redes sociales

A partir de la división por tablas de los grupos nombrados, nos fijamos de forma más exhausta en la tabla relacionada con los Foros, Blogs y las Redes sociales.

Se trata de una tabla que recoge 56 variables. De nuevo en esta tabla hemos llevado a cabo una nueva clasificación de las 56 variables, para posteriormente poder analizar-lo correctamente según al grupo que pertenezcan:

- Ocio destinado a la información
- Ocio destinado a la comunicación
- Negocio destinado a la información

- Negocio destinado a la comunicación

Se trata de cuatro grupos en los cuales podemos establecer una diferencia entre sus fines. Si nos centramos en el ocio destinado a la información, haremos referencia a usos de los dispositivos, internet, redes sociales etc. Destinados a fines lúdicos pero con la intención de recibir algún tipo de información; por ejemplo la búsqueda de imágenes por interés personal.

Si hablamos del ocio destinado a la comunicación, haremos hincapié en los fines lúdicos pero encaminados a la comunicación entre otras personas, como por ejemplo puede ser el chatear con un amigo.

Por otra parte encontramos el grupo del negocio destinado a la información. Se trata de fines académicos, consiguiendo cierta información sobre un aspecto concreto. Por ejemplo; buscar información o descargarse documentos online para un trabajo de clase. Finalmente encontramos el grupo de negocio destinado a la comunicación. Haremos referencia a actividades académicas a través de diferentes dispositivos con un fin concreto; comunicarse con demás personas como puede ser por ejemplo a través de un foro de una asignatura de la universidad.

#### **5.4.1.2. Análisis de datos**

Con el análisis de datos nos referimos al tratado de los datos obtenidos con el fin de obtener unos resultados que nos permitan llevar a cabo nuestro estudio.

Debido al trato que tenemos tanto con aspectos de naturaleza cualitativa, principalmente las reflexiones del propio investigador e interpretación de los datos y por lo tanto, también con aspectos cuantitativos, de cuantificación numérica de respuestas y cruces de variables, obtenemos un análisis de datos desde una perspectiva completa, ya que abarcamos resultados tanto de carácter objetivo como interpretativo, logrando una combinación metodológica lo más pertinente para el estudio de carácter social y educativo en cuestión.

Para obtener los datos, nos hemos basado en los cuestionarios pasados a la muestra elegida. A través de estos, hemos realizado un traspaso de datos a la base de datos del

programa SPSS en cual nos ha permitido utilizar técnicas de análisis descriptivo de frecuencias y porcentajes, correlaciones y pruebas T para muestras relacionadas.

De este modo hemos tratado los datos obteniendo resultados concretos, pudiendo así cerrar la investigación con una serie de conclusiones que nos han permitido afirmar la hipótesis elaborada al principio de la investigación.

## **5.5.MUESTRA ELEGIDA**

La muestra, es una parte de la población, también llamada universo, que es materia de estudio (Garza, 2007 p. 277).

Hablamos de una muestra representativa, como bien dice el mismo autor, cuando las características de la misma coinciden con las de la población.

En nuestro caso, la muestra elegida para llevar a cabo la investigación, se compone por un total de 111 sujetos investigados, de los cuales 71 forman parte de la universidad de la provincia de Castellón, mientras que los 40 restantes son de Segovia.

A pesar de que la muestra se componga de un total de 111 sujetos, somos conscientes de que se trata de una muestra limitada. Aún así destacar que no es una tarea fácil conseguir la disponibilidad de muestras más numerosas y representativas, por lo que nos hemos limitado al total de sujetos que hemos conseguido embaucar para el estudio en cuestión.

## **5.6.ÉTICA DE LA INVESTIGACIÓN**

Desde el primer momento de inicio del estudio, nos basamos en unos principios éticos para no caer en prácticas impropias como pueden ser el plagio, la parcialidad (por razones morales o inmorales), la asignación deliberada de títulos que no corresponden con el contenido del trabajo, la falsedad de innovación de fuentes que no han sido consultadas, el rollo (con el propósito de alcanzar o rebasar los mínimos asignados) o la negligencia en la traducción, transcripción e interpretación de las fuentes (Garza, 2007 p. 34).

Desde el momento que empezamos a tratar con la muestra en cuestión, seguimos estos principios éticos. Tras el primer contacto con los sujetos investigados, el primer



acuerdo fue el anonimato de la identidad de los mismos; en todo momento los datos iban a ser anónimos y sin lugar a ningún peligro o problema para la persona en cuestión. Además a los encuestados se les explicó desde el inicio, el significado que tenía la presente investigación y lo que se iba a realizar; siendo a posteriori informados del estudio una vez concluida.

## **6. ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS**

### **6.1. ANÁLISIS DE LA MUESTRA**

Como hemos dicho en el capítulo de metodología, el cuestionario ha sido realizado por un total de 111 personas, correspondiendo el 64,9% de la muestra a estudiantes de Magisterio de Segovia, mientras que el 35,1% restante corresponde a estudiantes de Castellón.

Del total de la muestra en cuestión determinaremos que 5 personas (4,9%) son hombres, mientras que el resto, 104 ( 95,4%), son mujeres, teniendo en cuenta que uno de ellos no ha señalado el sexo por lo que estos porcentajes podrían variar de forma mínima.

Para llevar a cabo el análisis de los datos recogidos elaboraremos un examen sobre los mismos, diferenciando tres partes fundamentales que conformarán el capítulo de “Análisis de datos y resultados”.

Para ello haremos un breve recorrido por los mismos de forma ordenada. Nos basaremos en las tablas reflejadas en el cuestionario:

- Frecuencia de uso de los dispositivos.
- Tiempo que se dedica a Internet y de este tiempo, el porcentaje destinado a ocio (diversión, entretenimiento) y porcentaje dedicado al trabajo (estudio).
- Servicios dedicados a Internet y servicios dedicados para divertirse.
- Foros, blogs y redes sociales.

## **6.2 FRECUENCIA DE USO DE LOS DIFERENTES DISPOSITIVOS**

Revisaremos la frecuencia de uso de los diferentes dispositivos que reflejamos a continuación:

### **6.2.1 Ordenador**

Los estudiantes encuestados, destacan que la gran mayoría 106 personas, (95,5%) utiliza el ordenador todos los días mientras que solo 5 (4,5% restante) indican que lo utilizan 2 o 3 veces por semana.

### **6.2.2 Teléfono móvil**

En cuanto al uso del teléfono móvil, afirmamos que el 100% de encuestados afirma utilizar éste dispositivo de forma diaria.

### **6.2.3 Consola y videojuegos**

Respecto al uso de la consola y videojuegos hay una gran variabilidad en este aspecto. La gran mayoría, con un total de 92 personas (84'4%) afirman utilizar estos dispositivos con menor frecuencia. A éstos les siguen un total de 13 sujetos (11,9%) que afirman utilizarlos de 2 a 3 veces al mes.

Este apartado podría estar condicionado por el sexo y los gustos típicos; lo observamos en la correlación entre el sexo y la frecuencia con la que se usa la consola y los videojuegos, ya que el P valor es de 0,279. Por lo tanto diremos que es significativa y que sí que tiene relación el sexo con el uso de este dispositivo.

Solo un caso ha respondido hacer uso de la consola y los videojuegos todos los días, siendo éste un varón, en cambio, la gran mayoría de las encuestadas de sexo femenino responden utilizar estos dispositivos con menos frecuencia.

### **6.2.4 Televisión**

El uso de la televisión está a la orden del día en la mayoría de los casos. El 75,7% de los casos, exactamente 84 personas, afirman ver la televisión todos los días. A

continuación destacamos que solo dos sujetos responden ver la televisión con menor frecuencia.

Por este motivo podemos decir que la gran mayoría de los estudiantes encuestados, hacen un uso diario de la misma.

#### **6.2.5 Cámara de fotos y de video**

La gran mayoría de los 111 encuestados, afirman utilizar la cámara de fotos y de video al menos una vez por semana; 42 personas (38,2). En cambio solo 4 sujetos (3,6) dicen utilizar estos dispositivos todos los días.

#### **6.2.6 Reproductor de música**

Un total de 56 personas afirman utilizar este dispositivo todos los días, siendo este porcentaje un 50'5% de los encuestados, más bien más de la mitad de los encuestados. Por el contrario, solo 6 personas dicen utilizar el reproductor de música con menor frecuencia.

#### **6.2.7 Otros**

Entre las 111 personas, solo una mujer de las 104 encuestadas, procedente de la Escuela de Magisterio de Segovia, afirma hacer uso diario del Ipad.

#### **6.2.8 En una visión general**

Hasta aquí hemos comprobado como decíamos en el marco teórico, que las TIC forman parte del día a día de las personas. Concretamente en este conjunto de personas encuestadas, comprobamos como la mayoría están familiarizados con todos estos dispositivos.

Podemos afirmar pues, que las TIC forman parte de sus vidas; lo vemos reflejado en la figura 1 donde queda representado gráficamente:

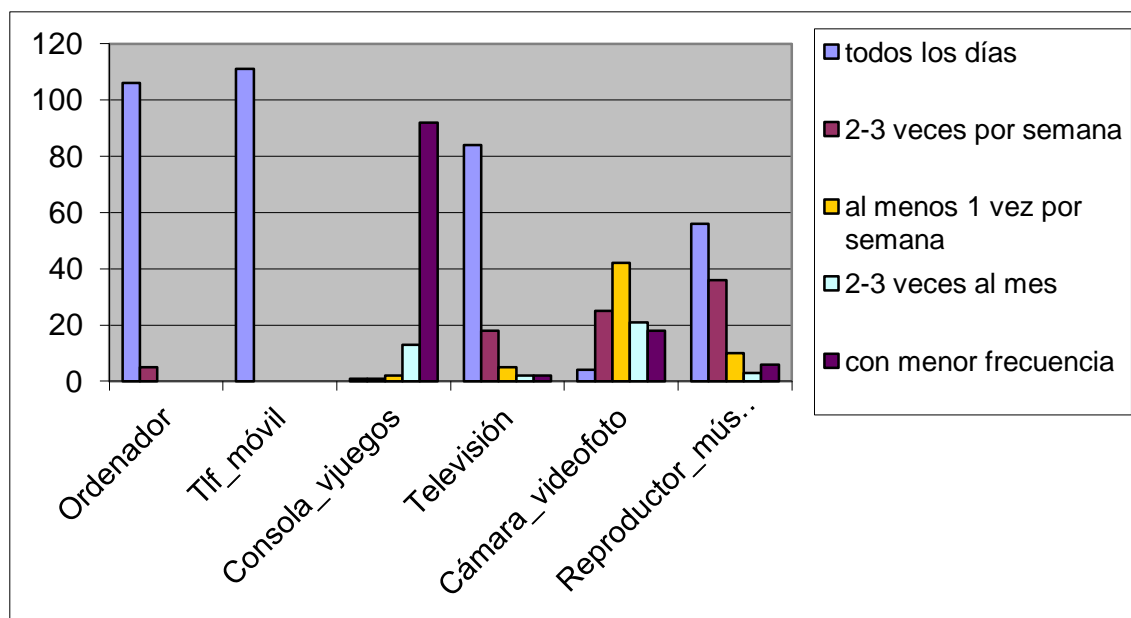


Figura 3: Frecuencia de uso de los diferentes dispositivos

Avanzando en el estudio, vamos a ver más concretamente el tiempo de uso de Internet al día y el destino que tiene este uso, bien sea para divertirse o bien para estudiar.

### 6.3 TIEMPO DE USO Y DEDICACIÓN DE INTERNET AL DÍA

El tiempo más frecuente de utilización de Internet es de 3 a 6 horas diarias, con 46 sujetos afirmantes. También hay que destacar que otro porcentaje muy alto, es el que utilizan menos de 3 horas al día con un total de 32 sujetos. Mientras que solo hay 4 personas que dicen utilizar Internet menos de una hora al día.

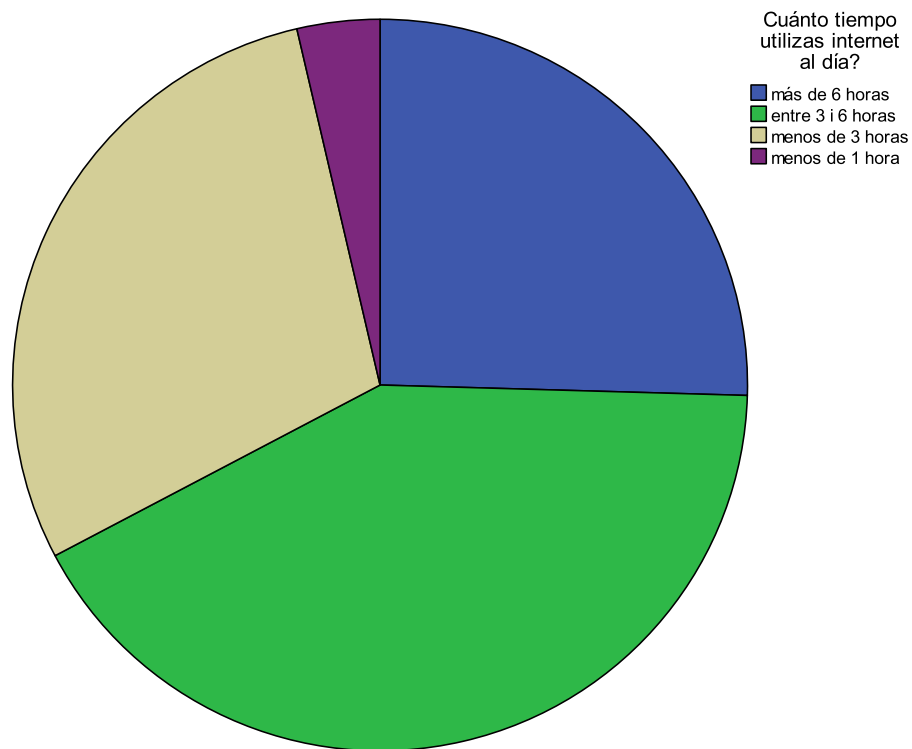


Figura 4: Tiempo de uso de internet

La mayoría de los encuestados indican que destinan un total de 70% de este uso al ocio y solo un 30% al trabajo. De las 110 personas que han contestado esta pregunta, son 41 las que indican ese porcentaje de utilización. En cambio 7 personas, afirman invertir un 10% a ocio y un 90% al uso de Internet. Esto indica cierta contrariedad entre algunos encuestados.

Otro porcentaje elevado de sujetos, 32 personas, indican hacer uso de Internet tanto para fines de ocio como para trabajo, en un porcentaje del 50% para cada uno.

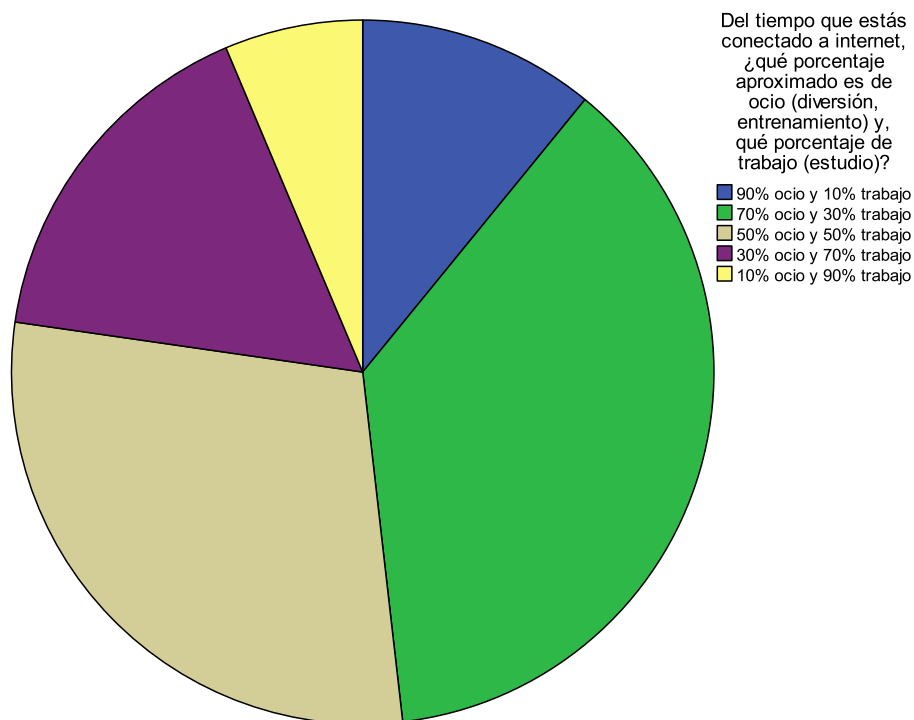


Figura 5: Tiempo conectado a internet dedicado al ocio y al trabajo

Podemos decir que los más jóvenes ven Internet como una red de entretenimiento y ocio para divertirse y pasar un buen rato. Por lo contrario, con menor porcentaje, también hacen lo utilizan para realizar tareas de clase, estudiar etc.

## **6.4SERVICIOS DE INTERNET PARA ESTUDIAR Y PARA DIVERTIRSE**

Analizaremos los datos sobre los posibles servicios que utilizan los encuestados destinados para el trabajo y para el ocio.

En este apartado veremos cómo muchos de los servicios a los que hemos hecho referencia en el cuestionario los definirá claramente para ocio o trabajo, por lo tanto podremos avanzar de forma minuciosa hacia la comprobación de la hipótesis planteada al inicio de la investigación.

#### **6.4.1 Uso de la mensajería instantánea**

De los estudiantes encuestados hemos comprobado que la mayoría de ellos, 62 casos, afirman hacer uso de la mensajería instantánea mayoritariamente con fines destinados al ocio y otra parte proporcional menor, destinada al trabajo.

Se trata de otro dato importante que también nos podrá abrir puertas a la hora de la comprobación de la hipótesis.

#### **6.4.2 Escuchar música**

Al igual que en el caso anterior, un total de 59 sujetos afirman escuchar música con el único y exclusivo fin lúdico, en cambio solo una persona afirma hacer uso de la audición de música solo para fines didácticos.

#### **6.4.3 Búsqueda de información en la web**

Al contrario que sucede con la mensajería instantánea y la audición de música, los estudiantes (un 80,9%) apuntan buscar información en la WEB destinada al trabajo y en cambio muy poca para ocio.

#### **6.4.4 Correo electrónico**

Lo mismo sucede con el correo electrónico. Afirman utilizar esta aplicación sobre todo para trabajo y algo para ocio.

En este caso solo una persona afirma utilizarlo sólo para fines lúdicos.

#### **6.4.5 Descarga de archivos**

Nos encontramos con el mismo caso. La gran mayoría de la muestra, un total de 64% del total de sujetos, utilizan la descarga de archivos mayoritariamente para trabajo y solo algo para ocio.

En cambio una proporción considerable de éstos (28,8%) también lo utilizan de forma contraria, bastante para ocio y en menos cantidad para trabajo.

#### **6.4.6 Documentos audiovisuales on-line**

En este apartado hemos comprobado como la muestra elegida, hace un uso mayor de documentos audiovisuales con fines destinados al ocio y algo de trabajo, aunque hay

que destacar que otro porcentaje alto destaca lo contrario, utilizar documentos audiovisuales on-line, con fines más académicos que lúdicos.

#### **6.4.7 Relación on-line con personas conocidas o desconocidas**

Un 38,9% de la muestra afirma utilizarlo únicamente para trabajo, pero otro porcentaje muy próximo a éste, con un 34,7%, afirma todo lo contrario; utilizan las relaciones on-line con personas desconocidas solo para ocio.

En cambio, la mayoría de los sujetos que han respondido a la pregunta sobre el uso de Internet para relacionarse con personas conocidas, la gran mayoría afirma utilizarlo bastante para ocio y solo un poco para trabajo.

#### **6.4.8 Acceso a las noticias y la actualidad**

En este caso, destacar que un total de 46 personas dicen acceder a las noticias y a la actualidad, más por fin didáctico y de trabajo que por ocio.

#### **6.4.9 Uso de los blogs**

Bien definido está el uso de los blogs y el fin con el que lo utilizan. La mayoría de personas dicen utilizar los blogs únicamente para trabajar.

#### **6.4.10 Chats y llamadas a través de la web cam**

A diferencia de las relaciones on-line con conocidos o desconocidos, los estudiantes en cuestión decantan el uso de chats y llamadas a través de la web cam, totalmente para ocio.

#### **6.4.11 Foros de discusión**

Con un total de 51 respuestas por parte de los encuestados, afirman la mayoría que solo hacen uso de los foros para trabajo.

Otro porcentaje alto, exactamente 21 casos, no responden a la pregunta, por lo que el valor de 51 que hemos dicho al principio, cobra más relevancia respecto a las otras contestaciones que son menores.



En vistas generales queda recogida esta información gráficamente de la siguiente manera:

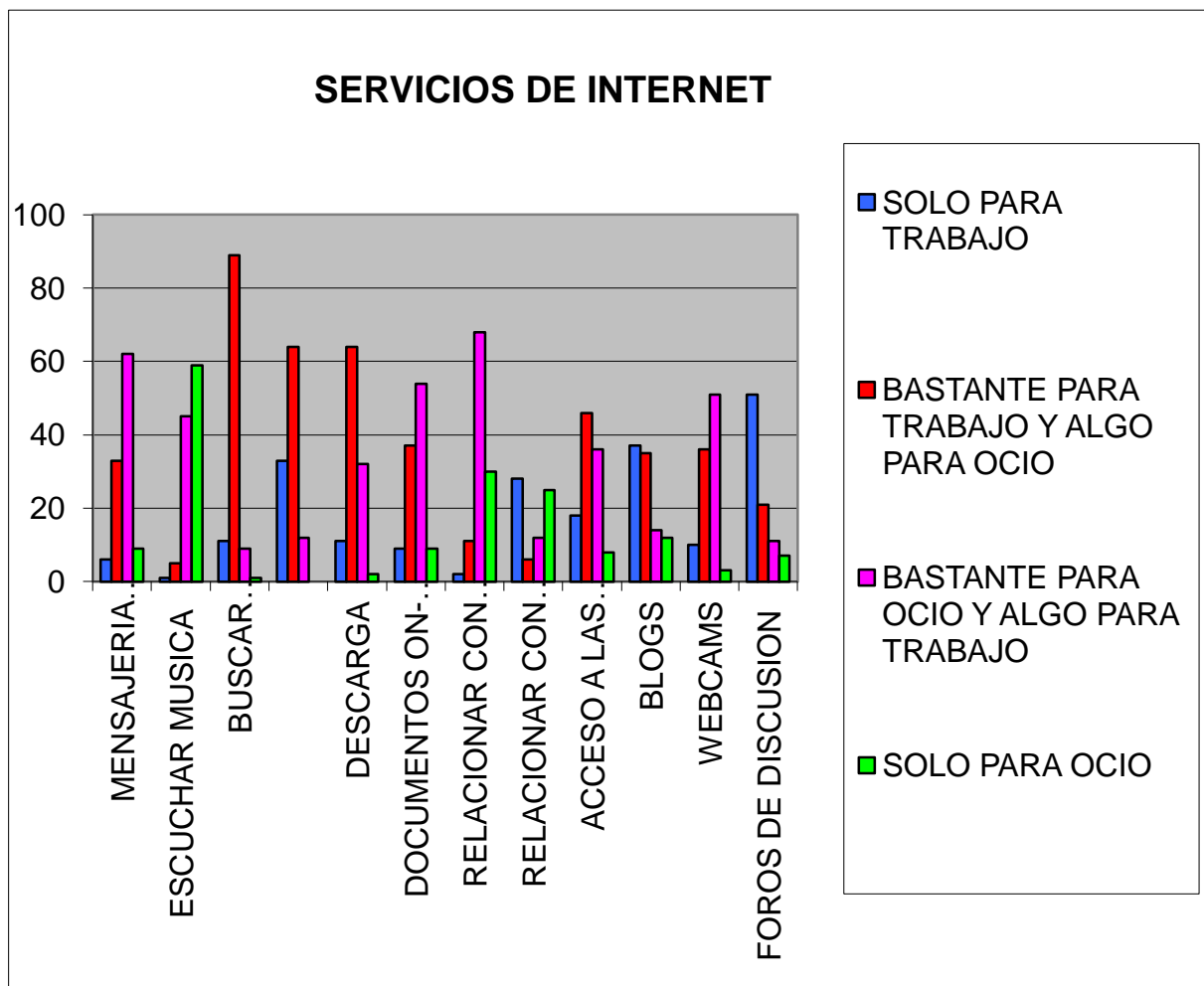


Figura 6: Servicios de Internet

## 6.5 EN UNA VISIÓN GENERAL

Tras los datos recogidos hasta ahora, podemos destacar como hemos dicho a lo largo de la parte teórica del trabajo, que todos los estudiantes actuales manejan el ordenador diariamente. Esto conlleva hacer uso de Internet, navegación por páginas, descarga de archivos, chatear con amigos o desconocidos etc.

Al igual que el ordenador, uno de los dispositivos que afirman utilizar el 100% de encuestados, es el teléfono móvil, con el que actualmente pueden lograr conectarse a Internet y formular diferentes tareas desde la red.

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

Un aspecto curioso es el del uso de la consola y los videojuegos, que marca su diferencia dependiendo del sexo. Más adelante indagaremos en esta observación.

Otro de los dispositivos que forma parte de la vida de los más jóvenes es la televisión y el reproductor de música, como también lo es la cámara de fotos y de vídeo pero estos en menor frecuencia.

Hemos comprobado como todos y cada uno de ellos, independientemente del tiempo que estén conectados, utilizan todos tienen esta nueva tecnología al alcance de su mano.

El hecho de que dediquen un 70% de este tiempo a fines lúdicos y solo un 30% al trabajo es una de las claves para indagar sobre cómo podríamos utilizar Internet en el aula, teniendo en cuenta el uso que hacen éstos en la red, ya que se trata de un mar de información a su disposición y nosotros tenemos que saber cómo utilizarlo y trasladarlo al campo de la educación.

Hemos visto como la mayoría de servicios, como por ejemplo la mensajería instantánea, la escucha de música y chats y llamadas a través de la web cam las utilizan en su mayoría para fines de ocio, en cambio, encontramos otros servicios como la búsqueda de información web, el correo electrónico, descarga de archivos, acceso a las noticias y la actualidad, uso de los blogs y foros de discusión, todo lo contrario. Otros servicios como los documentos audiovisuales on-line y las relaciones con personas desconocidas y conocidas, son utilizadas de forma simultánea para ambos fines.

Con estos datos podemos hacer una clasificación de servicios, los estudiantes se implican de forma diferente en un tipo de servicios u en otros, es decir, con fines más personales o por el contrario más formales y académicos.

En la siguiente parte veremos de forma más extensa una de las tablas a la que hemos hecho referencia en el inicio del análisis de datos, concretamente foros, blogs y redes sociales

## **6.6 RELACIONES ENTRE VARIABLES**

Una vez analizada la frecuencia de todas las variables, iremos un paso más allá. Siguiendo con el programa estadístico SPSS, analizaremos las correlaciones bivariadas entre las variables, de modo que comprobaremos la relación que hay entre ellas.

Respecto al uso de dispositivos, solo encontramos un caso de relación en la que se condiciona la variable. Nos referimos, como nombramos en el apartado 1.1.3 del presente capítulo, al uso de consolas y videojuegos y el sexo de la persona. Queda reflejado que dependiendo del sexo, el uso de las consolas y videojuegos varía. Observamos dicha relación entre las presentes variables, en la tabla de correlaciones de Pearson, con una relación de 0,279 entre las variables sexo y el uso de consolas, donde destaca que son los hombres los que utilizan con mayor frecuencia estos dispositivos.

Más concretamente, hemos analizado de forma exacta que todos los estudiantes utilizan las redes sociales con unos fines determinados.

Queda reflejado claramente con la mayoría de respuestas contestadas a favor de la dedicación máxima para el trabajo, el uso de los blogs y los foros de discusión.

Por otra parte, los estudiantes en cuestión diferencian y fusionan el uso, por ejemplo, de la búsqueda de información en la WEB, el correo electrónico y la descarga de archivos tanto para ocio como para trabajo, pero haciendo más hincapié en éste último.

También se refleja como el uso de la mensajería instantánea y el uso de las redes sociales para relacionarse on-line con personas conocidas, responde a un campo dedicado al ocio, aunque afirman que en un porcentaje menor, también hacen uso de estas aplicaciones para el trabajo.

Finalmente, los educandos afirman escuchar música y utilizar el chat y las llamadas a través de la web cam sólo para fines de ocio.

Con estas afirmaciones extraídas a través de un análisis de respuestas multivariantes, empezamos a conocer cómo los jóvenes estudiantes encuestados elaboran distinciones en las redes sociales. Queda reflejado como los foros y los blogs tienen un carácter más formal, lo que responde más a fines de negocio. Por otra parte, el uso de la mensajería

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

instantánea con el fin de relacionarse con amigos o conocidos y el uso de la web cam, responde únicamente a fines de ocio. De aquí la diferencia entre ambas distinciones.

Destacamos por lo tanto según el análisis realizado lo siguiente:

<b>DEDICACIÓN</b>	<b>APLICACIONES</b>
TRABAJO	FOROS Y BLOGS
MÁS TRABAJO QUE OCIO	BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN EN LA WEB, CORREO ELECTRÓNICO Y DESCARGA DE ARCHIVOS
MÁS OCIO QUE TRABAJO	MENSAJERÍA INSTANTÁNEA
OCIO	ESCUCHAR MÚSICA, USO DE CHAT Y LLAMADAS POR LA WEB CAM

Figura 7: Dedicación y aplicaciones

Si nos fijamos en el apartado del uso de los diferentes dispositivos tratados en el cuestionario, interesa analizar la relación de cada variable de la tabla, con cada una de las respuestas planteadas en el cuestionario.

	<b>T</b>	<b>BT</b>	<b>B0</b>	<b>OCIO</b>
Uso de la mensajería instantánea	-,346**	-,141	,310**	,161
Escuchar música	-,047	-,220*	-,120	,498**
Búsqueda de información en la WEB	-,448**	,052	,405**	-,052
Uso del correo electrónico	-,495**	,178	,392**	,020
Uso de la descarga de archivos	-,258**	-,074	,184	-,041
Uso de ver documentos audiovisuales on-line	-,323**	-,114	,285**	,095

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

Uso para relacionarte on-line con personas conocidas	-,063	-,413**	,054	,519**
Uso para relacionarte on-line con personas desconocidas,	-,356**	-,069	,049	,348**
Uso para acceder a las noticias y la actualidad	-,349**	-,157	,180	,225*
Uso de los blogs (participar en ellos)	-,436**	-,133	,234*	,465**
Uso del chat y llamadas a través de la web cam	,017	-,405**	-,109	,427**
Uso de foros de discusión	-,560**	,037	,329**	,323**

Figura 8: Correlación de Pearson sobre los diferentes dispositivos

Analizando la información de la tabla desde los cuatro grupos conformados:

- T → Finalidad única para el trabajo
- BT → Finalidad destinada a bastante trabajo
- BO → Finalidad destinada a bastante ocio
- O → Finalidad única para el ocio

Destacamos en el primer grupo, (T), que existen relaciones significativas entre los enunciados planteados en el cuestionario y sus respuestas. Todas las relaciones entre las variables en cuestión y sus finalidades son negativas. Esto significa que hay una relación muy fuerte, pero que la contestación mayoritaria de la muestra no es solo “trabajo”, por eso aparece este signo, ya que para calcular la correlación hemos tenido en cuenta las respuestas afirmativas.

Respecto al segundo grupo; (BT) sucede lo mismo que en el apartado anterior; destacan las correlaciones negativas, ya que en la mayoría de ellas la contestación es negativa.

El tercer grupo; (BO), cuenta con una relación lineal positiva con ciertas variables. Entre ellas destacamos el uso de la mensajería instantánea (0,310), la búsqueda de la información en la web (0,405), el uso del correo electrónico (0,392) y por último el uso

de los foros de discusión (0,329) que la mayoría de los encuestados contestan que utilizan estos cuatro servicios bastante para ocio.

Finalmente el grupo (O), mantiene cierta relación positiva y fuerte con las variables; escuchar música (0,498), relacionarse con personas conocidas (0,519) y con personas desconocidas (0,348), el uso de los blogs (0,465) y las llamadas a través de la web cam (0,427).

Más adelante podremos analizar los resultados de este cuestionario obtenidos de los análisis de las siguientes tablas, con el fin de comprobar si las respuestas son sinceras y coherentes.

En el cuestionario, como hemos dicho a en varios apartados (en la metodología y en el presente capítulo), hay una tabla compuesta de 56 enunciados referente a los foros, blogs y redes sociales. Éstos pueden ser contestados de forma afirmativa o negativa; esta información la utilizaremos más adelante para comprobar si se cumple o no la hipótesis planteada.

Primero, hemos obtenido una tabla de correlaciones para estas 56 preguntas, con la finalidad de comprobar a posteriori si alguna de las preguntas, ha sido contestada por algún encuestado, al azar o por el contrario se ha obtenido una interpretación inadecuada de lo planteado.

A lo largo de la tabla obtenida a través del SPSS sobre la correlación de Pearson, encontramos significativos algunos de los enunciados en cuestión. Lo afirmaremos teniendo en cuenta las correlaciones relevantes, es decir las comprendidas entre los valores -1 y 1 (siendo éstos valores extremos), pudiendo diferenciarlas entre relaciones directas positivas o negativas.

Un aspecto determinante en este análisis es que está basado en las contestaciones afirmativas de las personas encuestadas, por lo tanto se desarrolla a partir de esas respuestas.

A continuación pasaremos a analizar la tabla, teniendo en cuenta la distinción de grupos que realizamos en la parte de la metodología:

- Ocio destinado a la información

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

- Ocio destinado a la comunicación
- Negocio destinado a la información
- Negocio destinado a la comunicación

Si nos basamos en el primer grupo, “ocio destinado a la información” comprobamos como se trata principalmente de aspectos referentes a las redes sociales, como bien el nombre del grupo indica, destinadas a la información tanto personal y privada, como personal y expuesta de forma pública para anunciar a los demás internautas.

A través de las redes sociales, los foros y los blogs, los jóvenes tienen al alcance un gran abanico de posibilidades de información, comunicación etc. Comprobamos a través del análisis realizado con la Correlación de Pearson, que los educandos en cuestión afirman tener un poco de intimidad en dichas redes. Lo comprobamos a través de algunos enunciados como, por ejemplo, afirman que no les gusta dar a conocer su estado sentimental en la red social, como tampoco comentar sobre sus experiencias vividas, estados de ánimo, trabajos etc.

La muestra elegida toma las redes sociales, foros y blogs como un espacio personal e íntimo. En general la mayoría de ellos piensan mucho lo que ponen, por ejemplo, en Tuenti. Por otra parte también afirman no gustarles “charlar” y contactar con gente nueva a través de la red. Vuelven a confirmar que se trata de un espacio personal y cerrado a personas desconocidas.

No consideran que estas redes sean un mero cotilleo donde no se ve la verdadera relación amistosa (lo indica así la cifra negativa de la correlación de Pearson, siendo el enunciado en cuestión afirmativo, por lo que la contestación en su mayoría ha sido la nombrada). Además los educandos de ambas universidades (93 personas), dicen que no utilizan el chat y las redes cuando se sienten solos para “estar” con alguien de forma independiente al tema que se hable, por lo que podemos entender que la base de la relación social de estos encuestados es la relación cara a cara.

Reforzaremos estas afirmaciones con otro de los enunciados pertenecientes al cuestionario, en el que los encuestados niegan entrar en Tuenti, por ejemplo, sólo por curiosidad y sin comunicarse con nadie. Esto nos ayuda a testificar el hecho de que los alumnos tomados como muestra, no consideran los foros, blogs y las redes sociales como un mero cotilleo.

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

En términos generales, podemos decir que los jóvenes utilizan las redes como un apoyo social pero no como una base en la que se acomodan para llevar a cabo su vida personal.

Enfocado más al campo académico, la gran mayoría de los educandos prefieren hablar cara a cara tanto con los compañeros de clase como con los profesores, que por internet y el teléfono. A su vez y de forma característica, a pesar de preferir contactar tanto con profesores como con compañeros cara a cara, en otra cuestión clave del cuestionario, los educandos afirman preferir tratar temas de clase cuando se relacionan con los demás de forma online por mensajería, en Tuenti, Facebook u otra red social. Esto nos lleva a una cierta confusión e incoherencia, ya que a priori los encuestados manifestaban priorizar el contacto cara a cara. Más adelante comentaremos este resultado obtenido.

Finalizando con el bloque de “Ocio destinado a la información”, contamos con cierta información clave que nos ayudará a verificar la hipótesis.

Afirman de forma clara, que para ellos una cosa son las redes sociales y la participación propia en ellas y, otra muy distinta, son los foros de las asignaturas y sus intervenciones en ellas. Tenemos aquí un punto clave que nos verifica parte de la hipótesis ya que por una parte ven las redes como algo más personal y por otra, los foros de las asignaturas como algo más extrínseco a su personalidad.

Por otra parte y, también muy importante, la muestra elegida afirma (0,113) que la participación de niños y jóvenes en las redes sociales es más beneficiosa que perjudicial para sus relaciones sociales, siendo así con una correlación de (-0,159) niegan haber sufrido amenazas o insultos a través de Internet. Pero por otro lado, en otro de los enunciados clave destinado a la comprobación de la sinceridad o interés para resolver el cuestionario, nos afirman que la participación de niños y jóvenes en las redes sociales acarrea más riesgos y perjuicios que beneficios para sus relaciones sociales.

Si nos fijamos en la primera cuestión analizada en el presente párrafo, encontramos de nuevo una incoherencia en los resultados obtenidos. Más adelante indagaremos en estos casos.

.Respecto al siguiente grupo “Ocio destinado a la comunicación” los encuestados afirman preferir comunicarse con los amigos cara a cara antes que a través de las redes



sociales y el teléfono (0,143), así lo corroboran a través de otro de los enunciados que niegan, como por ejemplo, tener más relaciones con otras personas a través de Internet y por teléfono que directamente en persona (-0,303), aunque de nuevo nos rompe esta afirmación cuando aparece, con una correlación de -0,027 uno de los enunciados que dice tener más relaciones cara a cara con otras personas que a través de Internet o el teléfono. Por lo tanto al obtener una correlación negativa, los encuestados están negando dicha afirmación.

En términos generales, niegan utilizar las redes sociales para comunicarse con amigos y conocidos (-0,068).

Por otra parte, como habíamos comentado en el anterior grupo “ocio destinado a la información” los educandos reafirman que a pesar de no haber recibido amenazas a través de estas redes, niegan (-0,064) no haber utilizado la red para amenazar o insultar a alguien, aunque esta cifra nos deja al descubierto que otra parte de los encuestados (7 personas), sí las han utilizado alguna vez para insultar a otras personas.

En cuanto a la utilización de las redes destinadas a la comunicación, los encuestados ven estos medios como algo personal, secundario a su vida social, ya que por ejemplo dicen sentirse mejor cuando interactúan con amigos o conocidos cara a cara en vez de por las redes. Al mismo tiempo, consideran que estos medios no son los más útiles para hacer amistades (-0,429).

Cerrando la información que obtenemos en el grupo del ocio destinado a la comunicación, se refleja en el análisis obtenido que el Tuenti u otras redes sociales, no son los medios más útiles, por ejemplo, para buscar información útil sobre viajes, lugares etc. Por lo que el uso de las redes no está enfocado hacia esa finalidad, si no que como hemos visto hasta ahora, se dirige más a aspectos de relaciones sociales amistosas e informales.

Respecto a la participación en las redes sociales, foros y blogs, se contradicen en cuanto a enunciados claves, ya que por una parte afirman hacerlo más por la información que se trata, que por las personas que hay, en cambio en otro enunciado, afirman hacerlo más por los temas que se tratan (-0,295).

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

Por último apuntar que tampoco se considera un medio útil o preferente para recibir avisos y apuntes sobre los propios estudios. Prefieren las plataformas académicas (-0,230), para tratar aspectos formales como bien hemos dicho, avisos, apuntes etc.

Si pasamos a analizar el grupo “Negocio destinado a la información”, desmentimos la afirmación que anteriormente hemos verificado, ya que, los encuestados niegan que las noticias y avisos sobre sus estudios, prefieran recibirlas por canales más oficiales, como plataformas académicas, antes que tratarlas en las redes sociales con los compañeros (-0,087).

Pasaremos a tratar los aspectos académicos para la muestra en cuestión, a través de las redes como los foros, blogs y redes sociales.

Hasta este momento habíamos entendido según las respuestas de la muestra en cuestión, que una cosa son las redes sociales tipo Tuenti y Facebook y, otra muy distinta son los foros y blogs y plataformas académicas. Por ello afirman que no les gusta utilizar Tuenti, Facebook o similar para hacer trabajos en grupo para la Universidad (-0,434).

Tras estas afirmaciones, encontramos de nuevo otra pequeña incoherencia ya que responden de forma contraria a dos de los ítems planteados con cierta estrategia. Por un parte dicen que el uso de las TIC tiene más efectos negativos que positivos para los estudios, con una correlación de (-0,150), o sea que al ser la correlación negativa, se afirma que tienen más aspectos positivos que negativos, mientras que más abajo en otro de los enunciados del cuestionario, contestan al mismo enunciado (pero planteado de forma contraria) que sí que tienen más aspectos negativos que positivos para los estudios, (-0,159).

De forma general, en este apartado, se agrupan todos aquellos enunciados que tratan sobre la implicación y participación en los foros, plataformas de la universidad etc. De este modo sacamos una pequeña visión sobre la implicación de los estudiantes en éstas redes de carácter más formal.

La participación en los foros la ven como algo de carácter obligatorio para aprobar las asignaturas, de esto queda constancia ya que si fuera por interés personal añadirían contenidos adicionales, como podría ser aportaciones personales de carácter no

obligatorio. No siendo así, niegan aportar información adicional en los foros académicos a no ser que sea necesario (-0.183). Además de esto, afirman no elaborar de forma detenida la información que suben a los foros y blogs académicos y de las asignaturas (-0,104).

Con estos enunciados nos dejan al descubierto la visión que tienen sobre estos medios y el interés personal que tienen.

Por lo tanto el uso de los foros, blogs y plataformas académicas, se hace para fines totalmente académicos en los que la implicación personal es por obligación. Además reflejan que el uso de estas redes, no es para buscar información útil e interesante y por lo tanto, menos para entrar por voluntad propia con el fin de contactar con alguien cuando se sienten “solos” (-0,478), siendo este un medio poco apropiado para hacer nuevos amigos (-0,508).

Finalmente, nos basaremos en el grupo de “Negocio destinado a la comunicación” donde se corrobora alguna de las afirmaciones anteriormente nombradas. Los educandos, afirman no considerar la plataforma de la universidad y los foros de las asignaturas como un medio óptimo para establecer relaciones con amigos y para divertirse (-0,491), sino todo lo contrario. Así lo confirman negando el gusto por entrar en las plataformas para estar en contacto con los compañeros de clase (-0,333).

Mantienen una visión de estas redes como algo formal donde ellos no manifiestan sus opiniones y su forma de ser, por lo que no se crea una relación comunicativa sincera e interesante. Lo confirman a través de la negación de uno de los enunciados donde mantienen que la intervención en los foros que plantean los profesores, es más por obligación que por interés en los temas, como ya habíamos nombrado al principio de esta parte del análisis.

La implicación personal que ellos manifiestan sobre la participación en estos medios, es escasa, aún así afirman que no tratan de decir lo políticamente correcto y lo que se espera que se diga. Por lo tanto podríamos decir que en algunas ocasiones las respuestas recogidas en los cuestionarios, no corresponden unas con otras. Más adelante elaboraremos una pequeña conclusión en el apartado de resultados.

En cuanto a un campo más personal referente al mismo tema de la participación en cuanto a trabajo en las redes, cerrar el comentario diciendo que se trata de redes “secundarias” para establecer contacto con amigos, es decir, los alumnos no utilizan estas plataformas para relacionarse y comentar cualquier cosa con los compañeros (-0,434) al igual que no lo hacen a través de los blogs.

## **6.8 CUMPLIMIENTO DE LA HIPÓTESIS**

Para comprobar la hipótesis planteada en el cuestionario:

*El nivel de implicación de los estudiantes de Magisterio en los foros académicos es inferior al que tienen en las redes sociales de carácter más personal. La frecuencia de uso es menor y las intervenciones en foros académicos obedecen más a causas y motivaciones extrínsecas (cumplir con la tarea) que intrínsecas*

Hemos utilizado un contraste para muestras relacionadas, ya que los encuestados responden tanto a las preguntas de ocio como a las de trabajo.

Si realizamos la prueba de muestras relacionadas y comparamos las 56 variables expuestas en el cuestionario del bloque de foros, blogs y redes sociales, podemos observar de forma clara qué grupos de variables tienen más relación entre ellos.

Los grupos son los siguientes:

- Ocio destinado a la información
- Ocio destinado a la comunicación
- Negocio destinado a la información
- Negocio destinado a la comunicación

Se trata de los cuatro grupos definidos en la parte de metodología, en el capítulo del cuestionario. En estas cuatro agrupaciones, veremos una gran diferencia entre sus fines.

Pasamos a la realización de la prueba de muestras relacionadas. Si procedemos a comparar dentro del campo de la información, el ocio con el negocio (o sea los fines lúdicos vs fines académicos) obtenemos una diferencia negativa (-2,04) lo que significa que se utiliza más la información para fines de académicos que para ocio.

	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
				Inferior	Superior			
Pa r 1 OCIO_INF - NEGOCIO_INF	-2,04505	2,34089	,22219	-2,48537	-1,60472	- 9,20 4	110	,000
Pa r 2 OCIO_COM - NEGOCIO_COM	1,58559	2,56362	,24333	1,10337	2,06780	6,51 6	110	,000

Figura 9: Prueba de muestras relacionadas

La diferencia entre ambos grupos (ocio-negocio) es significativa ya que el valor de la significación es inferior al nivel de significación marcado  $\alpha = 0,05$ , es decir P valor es igual a 0, lo que significa que hay diferencia relevante entre las variables (ocio-negocio).

Por otro lado, si nos fijamos en la comunicación, observamos con una correlación de 1,58, correlación positiva, diremos que está destinada más para el ocio que para el trabajo.

Por lo tanto la información está destinada más a aspectos académicos mientras que la comunicación a fines lúdicos.

Por otro lado, al comparar dentro del ocio, la información con la comunicación encontramos una clara diferencia que nos indica que lo que más se relaciona con el ocio es la comunicación (-1,62), significando esto que el mayor uso que se da a los diferentes dispositivos ya nombrados con fines de ocio, se hace con la finalidad de comunicarse con otras personas, bien amigos, conocidos etc.

	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilatera l)
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
				Inferior	Superior			
Pa r 1 OCIO_INF - OCIO_COM	-1,62162	2,01834	,19157	-2,00127	-1,24197	-8,465	110	,000
Pa r 2 NEGOCIO_INF - NEGOCIO_COM	2,00901	1,94700	,18480	1,64278	2,37524	10,871	110	,000

Figura 13: Prueba de muestras relacionadas

El trabajo, observamos en la tabla con una correlación de 2,009 que está más destinado a la información que al ocio.

Así pues, destacamos que los fines destinados al negocio, están más relacionados con la información que con la comunicación. Diremos por lo tanto que la vida académica sobre las TIC, responde a la búsqueda de información; o sea está más enfocado a la búsqueda de saber (2,009).

Al contrario sucede con el ocio, que se relaciona más con la comunicación (el ocio se utiliza más para contactar con otras personas con el fin de pasar un buen rato y divertirse).

Además destacar la significación de ambos grupos, el P valor es igual a 0 por lo que podemos decir que se trata de dos variables relevantes.

Recapitulando la información obtenida, vamos demostrando que los estudiantes prefieren, por ejemplo las redes sociales, los dispositivos como el teléfono móvil, el reproductor de música etc. como dispositivos lúdicos para tratar aspectos personales, como puede ser hablar con un amigo a través del Tuenti.

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

En cambio no sucede lo mismo con las plataformas por ejemplo de la universidad, que queda reflejado que las utilizan más como recurso para buscar información formal, que para una posible conexión con conocidos o amigos etc.

Si observamos a través del análisis de datos, la correlación de Pearson sobre los foros, blogs y las redes sociales podemos hacer varias clasificaciones sobre el uso que les dan los estudiantes. Para ello en la siguiente tabla observamos las correlaciones de Pearson, que nos indica la relación, en este caso, entre los cuatro grandes grupos.

	<b>OCIO INFORMACIÓN</b>	<b>OCIO COMUNICACIÓN</b>	<b>NEGOCIO INFORMACIÓN</b>	<b>NEGOCIO COMUNICACIÓN</b>
<b>OCIO INFORMACIÓN</b>	1	,467**	,322**	,307**
<b>OCIO COMUNICACIÓN</b>	,467**	1	,203*	,161
<b>NEGOCIO INFORMACIÓN</b>	,322**	,203*	1	,545**
<b>NEGOCIO COMUNICACIÓN</b>	,307**	,161	,545**	1

Figura 14: Correlación de Pearson

Tras la observación de la tabla diremos que las matrices son simétricas por esa razón el número entre las mismas variables coincide. Se observa que hay una correlación positiva (0,467) significativa dentro del ocio entre la información y la comunicación, es decir, las personas que utilizan las redes sociales en términos de ocio, utilizan en un 46,7% las redes sociales para temas personales y académicos, teniendo ya en cuenta la diferencia del uso destinado a ocio o a trabajo elaborado al principio de este capítulo.

Dentro del negocio, la correlación positiva significa que un 54,5% de las personas que utilizan las redes sociales para temas personales también la utilizan para temas académicos.

## 6.9 COMPARACIÓN ENTRE LOS ESTUDIANTES DE SEGOVIA Y DE CASTELLÓN, SOBRE LA FINALIDAD DE USO DE ESTAS REDES SOCIALES.

Una vez comprobada la hipótesis a nivel general, analizaremos si existen diferencias entre los estudiantes de Segovia y los de Castellón a la hora de utilizar las diferentes redes sociales.

Para ello segmentamos el archivo para realizar la prueba de muestras relacionadas, en primer lugar para los alumnos matriculados en la universidad de Segovia.

Buscando la información de Segovia, obtenemos los siguientes resultados:

	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilatera l)	
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia					
				Inferior	Superior				
Pa r 1	OCIO_INF - NEGOCIO_INF	-2,22222	2,27802	,26847	-2,75753	-1,68691	-	71	,000
Pa r 2	OCIO_COM - NEGOCIO_COM	1,47222	2,77804	,32740	,81941	2,12503	4,497	71	,000

Figura 15: Prueba de muestras relacionadas (Segovia)

Si comparamos dentro del campo de la información el fin de su utilización, con una media de -2,22 diremos que de forma mayoritaria, destinan el uso de esta información para fines de negocio.

En cambio si nos fijamos en la comunicación, con una media de 1,47 responde a que su utilización está encaminada más a fines de ocio y diversión.



Pasaremos a analizar a los alumnos de la universidad de Castellón:

	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilatera l)	
	Media	Desviación típ.	Error típ. de la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia					
				Inferior	Superior				
Pa r 1	OCIO_INF - NEGOCIO_INF	-1,71795	2,44894	,39214	-2,51180	-,92409	-	38	,000
Pa r 2	OCIO_COM - NEGOCIO_COM	1,79487	2,12973	,34103	1,10449	2,48525	4,381	38	,000

Figura 16: Prueba de muestras relacionadas (Castellón)

Al igual que los de Segovia, afirman hacer uso de la información más para fines académicos y por lo contrario, la comunicación para fines ocio.

Como conclusión diremos que tanto los alumnos de Segovia como de Castellón destinan la información para fines de negocio y la comunicación para el ocio. Así observamos como a nivel general coincide con los datos obtenidos tras el análisis de los datos de las dos universidades juntas.

## 6.8 RESULTADOS

Recogidos y analizados todos los datos de esta investigación, hemos comprobado que la mayoría de los alumnos encuestados de ambas universidades han contestado al cuestionario de manera arbitraria sin aportar la sinceridad necesaria que previamente se les requirió para obtener una investigación ajustada a la realidad actual, ya que en los resultados obtenidos se contradicen en varias ocasiones.

Concretamente en el caso de “la participación de los niños y jóvenes en las redes sociales, acarrea más riesgos y perjuicios que beneficios para sus relaciones sociales” ya que en este caso lo afirman y por el contrario, afirman de nuevo que “la participación de niños y jóvenes en las redes sociales es más beneficiosa que perjudicial para estas”. Otro caso en el que hemos detectado cierta contradicción es en el enunciado que niegan tener más relaciones personalmente, que a través de la red, ya que éste lo niegan y en

otro enunciado con el mismo contenido pero diferente planteamiento, el resultado es opuesto.

Esto se repite en el hecho de la preferencia por recibir noticias y avisos sobre estudios a través de canales oficiales, como son las plataformas académicas, antes que tratarlas en redes sociales con los compañeros; donde a priori defienden dicha afirmación y a posteriori la niegan.

De nuevo vuelve a suceder cuando los encuestados defienden por una parte que el uso de las TIC tienen más efectos positivos que negativos, contradiciendo esta afirmación posteriormente.

Entre otros casos, finalizamos estas incoherencias de nuevo con otro enunciado contradictorio; por un lado afirman que los foros, blogs y el uso del internet son en general útiles para los estudios, mientras que por otro lado lo niegan.

Con estos ejemplos obtenemos el resultado de esta investigación, donde podemos decir que los cuestionarios han sido respondidos con cierto desinterés, lo que nos ha repercutido en la fiabilidad de los resultados.

Aún así, obtenemos las siguientes conclusiones:

- El teléfono móvil es un dispositivo que se utiliza diariamente.
- Todos los jóvenes tienen acceso a Internet.
- Los jóvenes utilizan las redes sociales para estar en contacto.
- Diferencian las redes sociales tipo Tuenti y Facebook de los blogs y los foros, entendiendo los primeros como plataformas de ocio y los segundos como redes formales y académicas.
- Mayoritariamente las redes destinadas a ocio, se caracterizan por ser grupos cerrados donde su finalidad no es conocer a gente nueva, sino estar en contacto con los amigos elegidos por el usuario.
- Las intervenciones en las plataformas académicas, responden a fines obligatorios y no a fines voluntarios.
- Algunos jóvenes utilizan las redes como medio para intimidar a otras personas internautas.

- La información que los internautas exponen en la red, lo hacen de forma libre, eligiendo el tipo, la manera y los destinatarios a los que se dirige.

## **7. CONCLUSIONES Y PROPUESTAS**

### **7.1. CONCLUSIONES**

Para presentar las conclusiones de esta investigación, haremos referencia a los resultados obtenidos, siguiendo los objetivos planteados para el estudio, como la estructura lineal de la misma.

En el estudio nos proponíamos conocer los cambios que nos han aportado las TIC en la sociedad, para ello nos basábamos especialmente en el campo de la educación.

En relación a las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación enfocadas a aspectos educativos, chocamos con uno de los medios de comunicación e información que actualmente forma parte de la vida de estos educandos. Nos encontramos con las redes sociales, las cuales hemos conocido el tipo de uso que hacen de éstas, dependiendo de la red que se trate. De este modo podemos diferenciar por una lado, las redes de carácter más personal e informal y por otro, más formales e impersonales.

Hemos tratado por lo tanto, de conocer el uso que hacen los más jóvenes (de edades universitarias) en las redes sociales y además del tiempo que pasan conectado a internet, hemos analizado el tiempo que dedican a fines lúdicos, como el empleado a fines académicos.

Tras el perteneciente estudio del Marco Teórico, nos planteábamos la siguiente hipótesis de trabajo:

*El nivel de implicación de los estudiantes de Magisterio en los foros académicos, es inferior al que tienen en las redes sociales de carácter más personal. La frecuencia de uso es menor y las intervenciones en foros académicos obedecen más a causas y motivaciones extrínsecas (cumplir con la tarea) que intrínsecas*

Para tratar de verificar dicha hipótesis, hemos utilizado una metodología mixta en la que hemos combinado tanto aspectos cuantitativos como cualitativos, con el fin de

adecuar al máximo cada paso de la investigación con las técnicas y los modelos más ajustados.

Hemos hecho uso de una serie de instrumentos y técnicas para la obtención de datos. El cuestionario de carácter semiabierto, ha sido la clave para la obtención de datos, los cuales hemos analizado a través de un examen minucioso de cada uno de los enunciados y preguntas reflejados en el mismo. Concretamente hemos pasado los datos obtenidos a la base de datos del programa estadístico SPSS, en el cual hemos llevado a cabo una serie análisis descriptivo de frecuencias y porcentajes, correlaciones y pruebas T para muestras relacionadas.

Respecto a la selección de la muestra elegida, han sido 111 sujetos los encuestados, siendo un total de 71 personas de la universidad de Segovia, mientras que los 40 restantes de la universidad de Castellón.

Tras el análisis de los resultados, que presentamos en el capítulo anterior, hemos llegado a la conclusión de que sí se cumple la hipótesis planteada, por lo que afirmamos que la implicación por parte de los educandos en las redes sociales de carácter más personal, están relacionadas con motivaciones intrínsecas. En cambio la implicación en los foros y plataformas académicas responde más a motivaciones extrínsecas, es decir por obligación o necesidad de aprobar una asignatura.

Podemos corroborar esta afirmación con algunos datos extraídos del cuestionario.

Tras la realización de las pruebas de muestras relacionadas, queda reflejado como dentro del campo de la información, el ocio con el negocio (los fines lúdicos vs fines de trabajo) con una correlación de  $-2,04$ , se demuestra que la información se utiliza más para fines de trabajo y académicos que para el ocio. Lo podemos ver en la figura 9.

Por otro lado, basándonos en la comunicación, con una correlación de  $1,58$  está más destinada para el ocio que para el trabajo.

Así diremos que la información está destinada en su mayoría a aspectos académicos, mientras que la comunicación a fines lúdicos.

Comparando dentro del ocio (figura 10), la información con la comunicación, el ocio se encuentra más relacionado con la comunicación. Al contrario sucede con el trabajo, el cual se encuentra ligada mayoritariamente con la información.

En términos generales podemos afirmar que la vida académica sobre las TIC, responde a fines con carácter más formal, como es la búsqueda de información. Es decir, tiene menos implicación personal.

En cambio como hemos visto, el ocio tiene mayor relación con la comunicación, es decir, el ocio está más enfocado a contactar con personas con el fin de divertirse.

Hemos demostrado así, que los estudiantes utilizan las redes sociales (Tuenti, Facebook etc.) y otros dispositivos como puede ser el teléfono móvil, para temas informales y con mayor motivación personal. En cambio, sucede lo contrario con las plataformas de la universidad y los foros, donde la motivación personal que tienen para intervenir en estas plataformas, responden a motivos de carácter forzado, es decir, por obligación.

## **7.2.PROPUUESTAS**

Una vez analizados los datos y sacados unos resultados y sus conclusiones, el final del estudio nos lleva a proponer una serie de tributos a seguir en visión al futuro.

Con esto queremos decir, que se precisa más investigación sobre el tipo de usos y el potencial didáctico de las redes sociales, antes de presentarlas como recursos válidos por el mero hecho de estar de moda en la sociedad, o simplemente porque les gusten.

Ligado a este aspecto, consideramos que hay un vacío muy importante en la formación del profesorado en estos temas, por lo que sería conveniente replantear dicha formación para tratar de adecuarla a los tiempos que vivimos.

Tanto alumnos como profesores, deben ser conscientes que el uso de las redes como recurso didáctico, exige cierta implicación por parte de los usuarios, pero además también requiere un cambio de actitud respecto a la de los jóvenes cuando utilizan estas herramientas con fines lúdicos.

### **7.3.REFLEXIÓN FINAL**

El profesorado de la actualidad, tiene la obligación de permanecer actualizado en cuanto a conocimientos sobre la sociedad de la información, por el mero hecho de ser una de las figuras clave en la formación global de las nuevas generaciones y por lo tanto, una de las piezas fundamentales para lograr su integración en la sociedad.

Dicho así, todos los docentes debemos saber cómo utilizar aquellos recursos didácticos que integramos en nuestras aulas, así poder obtener todos sus beneficios teniendo en cuenta y respetando por parte del alumno, el uso apropiado de los mismos.

En general, tanto los foros, los blogs como las redes sociales son plataformas abiertas a la sociedad, por lo que adecuando la actitud de cara a su utilización, podemos conseguir grandes aportaciones por ambas partes, tanto por la de las nuevas tecnologías como por la parte del docente y el alumno.

## 8. REFERENCIAS

- Area, M., Gutiérrez, A. y Vidal, F. (2012). *Alfabetización digital y competencias informacionales*. Madrid: Ariel.
- Arend, J. M. (1999). *Educación e investigación hacia el cambio*. México: UNAM.
- Aparici, R., Campuzano, A., Ferrés, J. Y Matilla, A. (2010). *La Educación Mediática en la Escuela 2.0* [en línea] [http://www.ite.educacion.es/images/stories/congreso/descripcion\\_antonio\\_campuzano.pdf](http://www.ite.educacion.es/images/stories/congreso/descripcion_antonio_campuzano.pdf) [Consulta: julio de 2012].
- Barragán, Salman, Ayllón, Sanjines, Langer, Cordova y Rojas (2003). *Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación*. Bolivia: Fundación PIEB.
- Bernadr, E.M y Solá, R.F. (2007). *Alfabetización mediática: Una estrategia para el acercamiento de la educación*. Facultad de Ciencias sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. 6(mesa II), p. 65-88.
- Brunner, J. (2000). *Educación: escenarios de Futuro. Nuevas tecnologías y Sociedad de la Información*. 16, Chile: Opreal.
- Carreras Álvarez, M.V. y Román San Miguel, A. (2010). El caso Marta del Castillo a través de las redes sociales: Facebook y Tuenti. Educación o adoctrinamiento a través de la web 2.0. Ponencia presentada en el Congreso Alfabetización Mediática y Culturas Digitales, Sevilla, España
- Castañeda, L. (2010). “*Aprendizajes con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos*”. Sevilla: Eduforma.
- Castaño, C., Maíz, I., Palacio, G y Villaroel, J. (2008). *Prácticas educativas en entornos Web 2.0*. Madrid: Síntesis.

## Análisis sobre el uso de los foros, blogs y redes sociales.

- Cordoba-Pachón, J.R (2005). Perspectivas para la sociedad de la información. *Pensamiento y gestión*. Red de revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal. N.(19) p. 78-100. Universidad del Norte: Colombia
  
- Delgado, F. (2002). La investigación educativa: su concepción y su práctica: Algunos aspectos teóricos para la reflexión y discusión. *Revista Venezolana de la educación*, (16) p. 405-411.
  
- Dentzel, D. (2008). El éxito de Tuenti radica en la garantía de privacidad que ofrece. Extraído el 29 de julio de 2012 desde <http://www.consumer.es/web/es/tecnologia/internet/2008/04/10/175859.php>
  
- Discipio, T. (2009). *Cómo adaptar la red social para desarrollar habilidades del siglo XXI*. En: <http://www.eduteka.org/modulos.php?catx=10&idSubX=306&ida=985&art=1>
  
- Force (2000). Okinawa Charter on Global Information Society, Declaration of the G8. Japanese Government, Okinawa. En: <http://www.mofa.go.jp/policy/economy/summit/2000/documents/charter.html>
  
- Frasca, G. (2003). Simulation versus Narrative: Introduction to Ludotury” en Wolf, Mark J.P. & Perron, Bernard, *The video game theory Reader*. New York, Routledge.
  
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2012): *Alfabetización digital y competencias informacionales*. Madrid: Ariel.
  
- Garza, A. (2007). Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales y humanidades. México: El colegio de México.
  
- Gutiérrez, A. (2003). *Alfabetización Digital. Algo más que ratones y letras*. Barcelona: Gedisa.



- Gutiérrez, A. y Hottman, A. (2006). *Media Education across the Currículum*. Comunidad Europea: Kulturing in Berlín e.V.
- Gutiérrez, A. (2008). Las TIC en la formación del maestro. "Realfabetización" digital del profesorado», en *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, n. 63 (22,3), pp. 191-206.
- Hernández, C. (2009) Sociedad de la información. Los efectos del defecto. *Maestros en línea*, 15, 20-25.
- López, S. (2008). Tuenti: El club del voyeur. *Crítica 3: Revista de Cultura Popular*. Vol. 2, 1-4.
- Mansell, R. (1993). *The New telecommunications: A Political Economy of Network Evolution*, London: Sage.
- Moore, N. (1997). Neoliberal or dirigiste? Policies for an information society, *The Political Quarterly*, 68 (3): 276-283.
- Negroponte, N. (1995). *El mundo digital*. Barcelona: Ediciones B.
- Piscitelli, A. (2009). *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación*. Argentina: Santillana
- Prensky, M. (2001): "Digital Natives, Digital Immigrants". En *On the Horizon* (NCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001).
- Riádigos, C. (2011). "Las redes sociales como aliadas en educación". En APARICI, R.; GARCÍA MATILLA, A. Y GUTIÉRREZ MARTÍN, Alfonso (coord.) (2011) *Educación Mediática y Competencia Digital. La cultura de la participación*. E.U. Magisterio de Segovia (UVA).
- Rocha, A. (2011). "El Facebook como herramienta educativa para estudiantes de Educación Superior". En APARICI, R.; GARCÍA MATILLA, A. Y GUTIÉRREZ

MARTÍN, Alfonso (coord.) (2011) *Educación Mediática y Competencia Digital. La cultura de la participación*. E.U. Magisterio de Segovia (UVA).

- Torrego, A. (2011). "El discurso de los jóvenes en la red social Tuenti. Algunos apuntes sobre ortografía y léxico". En APARICI, R.; GARCÍA MATILLA, A. Y GUTIÉRREZ MARTÍN, Alfonso (coord.) (2011) *Educación Mediática y Competencia Digital. La cultura de la participación*. E.U. Magisterio de Segovia (UVA).

- Webster, F. (2002). *Theories of the Information Society*, London, Routledge

- Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. y Cheung, C. (2011). *Alfabetización Mediática e Informacional. Currículum para Profesores*. Francia: UNESCO.

### **LEYES**

- BOE, ORDEN *ECI/3960/2007*, de 19 de diciembre

- Currículum de primaria, ORDEN *ECI/2211/2007*

- Currículum secundaria, REAL DECRETO *116/2004* de 23 de enero

- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE)

### **DICCIONARIOS**

- Diccionario de la Real Academia Española

### **PÁGINAS WEB**

- <http://www.e-aula.cl/2011/04/la-web-2-0-la-web-de-las-redes-sociales/>.

## **9. ANEXOS**

### **9.1. Anexo 1: CUESTIONARIO**