

REDES SOCIALES Y DOCENCIA UNIVERSITARIA: EL CASO DE FACEBOOK

Laura Cabeza García y Nuria González Álvarez

(Universidad de León)

INTRODUCCIÓN

En los últimos años las universidades europeas, entre ellas la española, se han visto involucradas en un proceso de transformación de la enseñanza encaminado a la construcción del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que requiere una reconceptualización de la cultura docente universitaria (Palomares Ruiz, 2011). La adaptación a este nuevo sistema no sólo demanda la modificación de los planes de estudio hacia una nueva estructura de grado-máster y de su programación de acuerdo con el crédito europeo (European Credits Transfer System, ECTS (1)), sino también replantearse cuestiones relativas a los modelos de enseñanza-aprendizaje. El eje fundamental no será la enseñanza pasiva del alumno sino un aprendizaje “activo” que sea significativo y que conduzca a la adquisición de competencias (2) por parte de los futuros integrantes del mercado laboral, ampliando, sin excluir, el enfoque tradicional basado en contenidos y horas lectivas. Así, este modelo tradicional sustentado fundamentalmente en la lección magistral y en la concentración de todo el aprendizaje en el aula debería al menos complementarse con nuevas prácticas docentes. De esta forma, en este nuevo espacio, el profesor universitario se encuentra ante nuevos retos de formación, pasando a ser más un facilitador y un filtro crítico de la información a la que accede el alumno (Lizasóain, 2007).

Las universidades tienen un papel clave en la construcción y transmisión del conocimiento, y con ello, en la formación de los ciudadanos y futuros profesionales. La

¹ La principal novedad es que el crédito de trabajo no se mide por las horas de docencia del profesor sino por las horas que debe dedicar el alumno, ya sean presenciales (clases magistrales, seminarios, tutorías, exámenes, etc.) o no presenciales (elaboración de trabajos, ejercicios prácticos y otras actividades complementarias, trabajo del alumno tanto en bibliotecas como en el domicilio etc.) para cumplir los objetivos del programa de estudios.

² Las competencias (genéricas o transversales, específicas y transferibles) deben entenderse como una combinación de conocimientos, habilidades, actitudes y valores que capacitarán a un titulado para afrontar con garantías la resolución de problemas o la intervención en un asunto dentro un contexto académico, profesional o social determinado.

sociedad del conocimiento impone innovaciones derivadas de la presencia de las Tecnologías de Comunicación e Información (TIC) que suponen nuevas formas de entender las funciones de la universidad y en los modelos didácticos que utiliza (Alba Pastor, 2005). Así, las TIC son un instrumento útil para el diseño, la planificación y el seguimiento de la enseñanza-aprendizaje, y ayudan al profesorado universitario a aumentar el grado de motivación de sus alumnos y que aprendan más y se impliquen en la asignatura. Es por ello, que cada vez más, la formación docente pone creciente énfasis en la utilización de los medios y las nuevas tecnologías como herramientas adecuadas (Comuzzi, 2002).

En este contexto, y teniendo en cuenta el desarrollo que en los últimos años han tenido las aplicaciones de la web 2.0 (3), este estudio trata de analizar el papel que las redes sociales, y de modo particular, la creación de páginas en Facebook, pueden tener sobre la motivación y resultado académico de los alumnos universitarios. Facebook, una red social inicialmente diseñada para estudiantes universitarios en los EEUU, se ha extendido a otros contextos educativos y países, y en general, a todo el público (Hew, 2001). Con una base de 500 millones de usuarios, es la mayor red social multilingüe en Internet, pudiendo acceder a ella a través de la propia web y de los teléfonos móviles (Grosbeck et al., 2011).

En concreto, el objetivo principal es estudiar hasta qué punto se puede enriquecer la relación profesor-alumno facilitando el acceso a la figura del docente mediante canales que los alumnos acostumbran a utilizar, frente a otras herramientas más “académicas” (por ejemplo, el moodle), pudiendo aumentar así su motivación al disponer de información actualizada de la asignatura, o facilitar un aprendizaje colaborativo, por ejemplo, mediante foros, gracias a la comunicación con profesores y compañeros. La iniciativa se ha aplicado a una asignatura cuatrimestral y a dos anuales (todas ellas en el ámbito de la Dirección Estratégica) de la Escuela de Ingenierías Industrial e Informática y de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de León (ULE), respectivamente, por varios motivos. En primer lugar, para ver si Facebook, puede ser una herramienta que aumente la motivación de los alumnos, utilizando para ello un grupo ó colectivo -alumnos de Ingeniería- que, en general, considera este tipo de asignaturas fuera del eje central de su titulación y,

³ Trabajar en entornos web 2.0 (los blogs, los wikis o las redes sociales etc.) significa que “los profesores y los estudiantes ya no serán meros espectadores o consumidores pasivos de la información que proporciona Internet, sino que podrán convertirse en protagonistas de la red, en sujetos activos con capacidad para crear conocimiento, publicarlo y compartirlo con otros” (Castaño et al., 2008).

donde a priori, el grado de interés por ella puede ser menor. Estudios previos ponen de manifiesto que la motivación juega un papel central en el aprendizaje incluso a nivel universitario (Grosbeck et al., 2011). Conocer por qué los alumnos utilizan las redes sociales es importante para la comunidad académica pues su utilización tiene un gran impacto en la motivación de los estudiantes a la hora de aprender y en el ambiente en el aula (Mazer et al., 2007; Dogruer et al., 2011). Además, la participación en las redes sociales ayuda a compartir conocimiento e ideas de interés mutuo (Koh y Kim, 2004), favorece el sentimiento de apoyo desde la red social y de pertenencia a la misma (Sánchez-Franco et al., 2011).

En segundo lugar, se han elegido tanto asignaturas cuatrimestrales como anuales para ver si el éxito de la iniciativa varía en función de la duración de la asignatura. Se puede considerar que el seguimiento de la experiencia puede ser más fácil y el interés de los alumnos en relación a la misma puede ser mayor en una asignatura cuatrimestral frente a una anual al estar más concentrada en el tiempo la relación profesor-alumno.

En tercer lugar, si bien, algunas universidades extranjeras (p.ej. Harvard Business School, Haas Business School, London Business School, etc.) y también españolas están desarrollando iniciativas similares, hasta nuestro conocimiento, no se ha implantado ninguna iniciativa similar dentro de la ULE. Así, la comunicación profesor/alumno a distancia existente hasta el momento se basa en el uso de correos electrónicos creados por la propia universidad y de un campo virtual a través de las plataformas Aula y Moodle. La gran ventaja de Facebook es que los alumnos están acostumbrados a manejar diariamente este tipo de redes sociales. Por ello, el acceso a los contenidos a través de Facebook resulta más rápido, útil y práctico y la comunicación profesor/alumno puede producirse casi instantáneamente. Si bien es cierto que Moodle, al estar diseñado específicamente para facilitar las tareas docentes, permite realizar más funciones que Facebook como por ejemplo subir transparencias y archivos o garantizar el anonimato en la entrega de trabajos. Es por ello que quizá su utilización debería ser complementaria al uso de otras plataformas docentes.

El resto del trabajo se ha estructurado como sigue: la sección 2 recoge la influencia que las nuevas tecnologías y las redes sociales pueden tener en la docencia universitaria. En la sección 3 se presentan los resultados de la iniciativa desarrollada. Finalmente, la sección 4 recoge las principales conclusiones del trabajo.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA: INFLUENCIA DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LAS REDES SOCIALES EN LA DOCENCIA UNIVERSITARIA

Las TIC, que han irrumpido con fuerza en nuestra sociedad y también se dejan sentir en el ámbito educativo (Cañada Pujols, 2012; Trujillo et al., 2009), conllevan retos que son necesarios asumir tanto por el profesorado como por el alumnado (Ricoy Lorenzo y Fernández Rodríguez, 2013). De hecho, las formas de adquisición del conocimiento, comunicación e interacción con otros han cambiado sustancialmente con la llegada de nuevas y muy extendidas tecnologías de la información y comunicación (Stromquist, 2009). Durante los últimos 10 años, la introducción de las TIC en la educación superior ha sido una constante que ha permitido ampliar poco a poco la habilitación tecnológica de las universidades y adecuar estas herramientas a los programas educativos (Bombona et al., 2011). Así, pueden ser un instrumento útil para el diseño, la planificación y el seguimiento de la enseñanza-aprendizaje, pero también, pueden convertirse en una herramienta didáctica que facilite el desarrollo de determinadas actividades dentro de las clases teóricas o prácticas, los seminarios o las tutorías de la asignatura (Santos et al., 2009). La enseñanza virtual es un recurso pedagógico complementario que utiliza Internet como base para la comunicación profesor-alumno, lo que da una gran flexibilidad al permitir a éste último asimilar los temas marcándose su propio ritmo de trabajo. Es un recurso que tiene cada vez una mayor aceptación por las muchas posibilidades de relación que ofrece (Ricoy et al., 2010). Así, permite superar algunos de los problemas a los que la enseñanza tradicional no puede dar respuesta (García Aretio, 2001), tales como: eliminar las barreras geográficas para los residentes en áreas alejadas de los centros, para aquellos trabajadores que por cambio de trabajo o destino tendrían que cambiar de centro, y para las personas discapacitadas que puedan tener problemas para desplazarse al centro; suprimir los problemas de tiempo al no estar restringido a un horario concreto; eliminar los problemas de demanda local insuficiente que limitaría la oferta de cursos.

La incorporación de las TIC a las aulas está generando nuevos escenarios de aprendizaje (García-Valcárcel y Tejedor, 2011). Constituyen un apoyo y complemento a la docencia presencial que facilitan una información docente de mayor calidad (por ejemplo, mediante la utilización de contenidos multimedia) y más fácilmente actualizable. En especial,

ayudan al profesorado universitario a aumentar el grado de motivación (4) de sus alumnos haciendo que dediquen más tiempo a trabajar, y por tanto, que sea más probable que aprendan más, y participen en las actividades del curso gracias a una mayor interacción entre alumnos-profesor, alumnos-información y alumnos entre sí. Por el contrario, algunos aspectos negativos de las nuevas tecnologías son las distracciones y las pérdidas de tiempo, la sensación de desbordamiento pues el exceso de información que hay que revisar y seleccionar puede producir esa sensación por falta de tiempo, o la necesidad de tener acceso a las nuevas tecnologías, entre otros. También, debe apuntarse que el uso de las TIC en la enseñanza va a estar condicionado por el conocimiento tecnológico de los profesores y por las actitudes que éstos mantienen hacia las mismas y hacia la innovación educativa (Tejedor et al., 2009).

Por su parte, las redes sociales se han constituido como un fenómeno de masas cada vez más importante (Flores-Vivar, 2009) y dado que el consumo de redes se ha implantado profundamente en las rutinas diarias de los estudiantes, las posibilidades comunicativas de estos canales pueden ser aprovechadas en el contexto educativo (Gómez et al., 2012), a pesar del predominio del uso dirigido al entretenimiento. Las redes sociales pueden funcionar como un aula después del aula, un espacio virtual donde los alumnos, el profesor y sus compañeros tengan un contacto constante sin límites espaciales ni de tiempo (5). Además, como herramienta para el aprendizaje colaborativo suponen un aumento de la motivación de los integrantes de la red hacia los objetivos y contenido del aprendizaje; el aprendizaje que consigue cada individuo incrementa el del grupo y sus integrantes alcanzan mayores niveles de rendimiento académico; favorecen una mayor retención de lo aprendido; promueven el pensamiento crítico (análisis, síntesis y evaluación de los conceptos) al dar oportunidad a sus integrantes de debatir los contenidos objeto de su aprendizaje; y finalmente, la diversidad de conocimientos y experiencias del grupo contribuye positivamente al proceso de aprendizaje y reduce la ansiedad que pueden provocar las situaciones individuales de resolución de problemas (Alemañy, 2009).

DISEÑO Y METODOLOGÍA

⁴ La motivación se construye como un estado de estímulo emocional y cognitivo que conduce a una decisión consciente de actuar, y que da origen a un periodo de esfuerzo físico y/o intelectual sostenido con el fin de alcanzar una meta o metas previamente establecidas (Williamns y Burden, 1997).

⁵ Sin embargo, un inconveniente es el hecho de que los alumnos se centren en los aspectos lúdicos de la experiencia, o que alguno de ellos sea reacio a su utilización.

Teniendo en cuenta los fundamentos teóricos anteriores, la iniciativa se ha realizado por primera vez, por un lado, con los 80 alumnos que estuvieron matriculados en el curso académico 2010/2011 en la asignatura Administración de Empresas del primer cuatrimestre del 5º curso de la Licenciatura “Ingeniero Industrial” en la Escuela de Ingenierías Industrial e Informática de la Universidad de León. A pesar de su denominación, la asignatura abarca en todo su temario cuestiones en materia de Dirección Estratégica. Por otro lado, se han considerado otras dos asignaturas con contenido académico similar (a pesar de su denominación) impartidas en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales: Economía de la Empresa y Estrategia Empresarial, asignaturas anuales. La primera de ellas se corresponde al 4º curso de la Licenciatura “Economía” (con un total de 10 alumnos en el curso 2010/2011) y la segunda es del 3º curso de la Diplomatura en “Ciencias Empresariales” (con 103 alumnos en el curso académico 2010/2011).

La elección de estas asignaturas (no de grado y cuya impartición tiene lugar tanto dentro como fuera de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales) está justificada por los siguientes motivos. En primer lugar, la llegada del EEES está provocando cambios en la metodología docente utilizada por el profesorado universitario con vistas a favorecer y desarrollar el proceso educativo en las pautas que el nuevo contexto conlleva. Dado que ninguna de las asignaturas de Dirección Estratégica de los grados que se ofertan en la ULE habían comenzado a impartirse en el curso académico 2010/2011, se consideró de utilidad e interés poner en funcionamiento una experiencia docente “innovadora” respecto a lo que se venía haciendo para medir el éxito de su implantación entre el alumnado así como para detectar posibles cuestiones a mejorar de cara a su puesta en marcha en un futuro próximo en asignaturas de grado. En segundo lugar, puede ser interesante ver si el desarrollo de la iniciativa es diferente entre los alumnos de distintos centros y con asignaturas de más o menos duración.

Para la puesta en práctica se ha creado una página en Facebook para la asignatura impartida en la Escuela de Ingenierías Industrial e Informática y otra para las dos asignaturas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales al tener un temario muy similar y ser ambas asignaturas anuales. En dichas páginas, las profesoras que participan en esta iniciativa y que imparten la docencia en las asignaturas utilizadas, de forma paralela al desarrollo de las clases añaden en el muro información complementaria a la vista en el aula (cuestiones

aplicadas, noticias recientes, enlaces de interés, etc.) y en el foro abrieron el debate sobre cuestiones que puedan despertar el interés y la opinión de los alumnos (Anexos 1 y 2). De igual forma, a través de las páginas se anuncia cualquier evento que tiene lugar en materia de Dirección Estratégica. Además, se anima a los alumnos a participar mostrando su opinión sobre los contenidos de la página y permitiéndoles añadir cualquier otro tipo de información relacionada con la asignatura. En suma, se trata de ofrecer información adicional y de que los alumnos interactúen entre sí y con el profesor para aumentar sus conocimientos en esta materia, se sientan más involucrados, y en último término, les resulte más fácil la adquisición de las competencias propias de la asignatura.

El nivel de “éxito” de la experiencia se ha medido de diversas formas. Primero, a partir del número de alumnos que se hayan agregado a la página (pinchando en el botón “Me gusta”) sobre el número total de matriculados, así como por el número de sus aportaciones. Segundo, por medio de un cuestionario anónimo que se les pasó el día del examen de la convocatoria ordinaria pudieron conocerse las razones de porqué algunos alumnos no se habían agregado a la página creada en Facebook, así como la opinión de aquellos que sí lo habían hecho (ver Anexo 3) (6). Finalmente, se ha comparado el resultado académico según hayan participado o no en esta iniciativa al considerar que el resultado final obtenido por el estudiante, entre otros factores, puede ser debido al conocimiento adquirido a través de su propio proceso de aprendizaje pero también del interés que le haya suscitado la asignatura sobre lo cual la motivación e interacción con el profesor y sus compañeros pueden ser un elemento a tener en cuenta.

RESULTADOS

A continuación, se hace referencia a los resultados obtenidos con las dos páginas creadas en Facebook.

- Asignatura cuatrimestral impartida fuera de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

⁶ Aun siendo conscientes que la realización del cuestionario el día del examen puede distorsionar los resultados obtenidos, para tener una mayor tasa de respuesta se consideró como el día más adecuado pues durante el desarrollo de la asignatura no todos los alumnos iban siempre a clase.

Al término de la docencia a finales del mes de Enero, el número de alumnos agregados a esta página ascendió a 45 de un total de 80 matriculados, un 56,25%. De los 45 alumnos agregados a la página 33 fueron varones y 12 mujeres. El mayor número de varones puede explicarse porque éstos también representan un mayor porcentaje en el número de alumnos matriculados (62 vs. 18) y por la tendencia masculina a pasar más tiempo y hacer un mayor uso de la red (Conde, Torres-Lana y Ruiz, 2002). De esta forma, el porcentaje de varones que se agregaron a la página sobre el total de varones matriculados supone un 53,22%. En el caso de las mujeres, este porcentaje asciende a un 67%. Por tanto, en términos relativos la experiencia docente parece haber tenido una mayor aceptación entre el alumnado femenino. Sin embargo, de acuerdo con el test chi-cuadrado no existen diferencias significativas en la variable “agregarse a la página” según el sexo de los alumnos.

Aquellos estudiantes que no se han agregado a la página han argumentado su decisión basándose fundamentalmente en que no tenían cuenta en Facebook, no están de acuerdo con su política de privacidad o no les gustan las redes sociales (56,25% de los alumnos no agregados y que se presentaron al examen de febrero) y por falta de dejadez o de tiempo (22%). Por su parte, aquellos que sí se agregaron lo han hecho principalmente por curiosidad sobre la nueva iniciativa (51,28% de los alumnos presentados al examen y que se habían agregado) o por complementar el contenido visto en clase (31,58%). Sin embargo, la frecuencia de la consulta de la página ha sido fundamentalmente menor a la semana (53% de los casos) o de al menos una vez a la semana (37% de los casos). Un 76% de los alumnos consideran que el contenido de la página es bueno mientras que otro 24% dice que es mejorable (7).

En cuanto a la implicación activa de los estudiantes en la página, 20 participaron en el muro de alguna manera. Asimismo, 13 de ellos han participado en la página en más de una ocasión. Generalmente, sus contribuciones se basan en indicar que les gusta el contenido colgado por las profesoras y, en menor medida, en opinar directamente sobre el mismo. Respecto a la participación del alumnado en las cuestiones planteadas en el foro de debate por las profesoras, ésta se concentra únicamente en dos o tres personas. El hecho de no llevar al día la asignatura o el miedo a dar una respuesta errónea pueden explicar esta circunstancia.

⁷ Toda esta información ha sido extraída gracias a las primeras preguntas del cuestionario que los alumnos rellenaron.

En lo que se refiere a la distribución de la participación por temas (8), tal y como puede apreciarse en la Tabla 1, las contribuciones de los estudiantes tanto en el muro como en el foro están bastante concentradas en algunos temas a pesar de que el énfasis puesto en las clases presenciales por las profesoras en todos y cada uno fuera el mismo. Quizá la cuestión que más sorprende es que los temas más populares sean distintos en el muro y en el foro. Así, en el muro el tema más comentado es el de la ventaja competitiva mientras que las preguntas más debatidas en el foro son las del primer tema y las de los temas relativos al Análisis Interno. Otra cosa a destacar es el hecho de que los alumnos también se han animado a subir contenidos concretos que ellos consideraban relevantes (incluso tras la finalización de las clases), en concreto, realizaron cuatro aportaciones en este sentido.

| Temas del programa de la asignatura | Muro | | | Foro |
|--|----------------------------------|--------------|-----------|--------------|
| | Contenido colgado por profesoras | Aportaciones | Me gusta | Aportaciones |
| Tema 1. Introducción | 6 | | | 5 |
| Tema 2. Entorno general y específico | 10 | | 1 | 2 |
| Tema 3 y 4. Análisis interno y tema de RYC | 14 | | 13 | 5 |
| Tema 5. Ventaja competitiva | 20 | 20 | 37 | 2 |
| Tema 6. Campo de actividad y expansión | 11 | | 2 | 1 |
| Tema 7. DR, DNR, IV y reestructuración | 10 | 7 | 5 | |
| Tema 8. Crecimiento interno y externo | 11 | | 2 | |
| Tema 9. Cooperación | 9 | 3 | 1 | |
| Otras aportaciones ^[a] | | 5 | 6 | |
| TOTAL | 91 | 35 | 67 | 15 |

[a] Otras aportaciones son aquellas que han realizado los alumnos no directamente relacionadas con el temario pero sí con el mundo empresarial o felicitaciones de navidad hacia las profesoras.

DR, DNR e IV denotan diversificación relacionada, diversificación no relacionada e integración vertical, respectivamente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 1. Desglose de la participación de los alumnos en la asignatura cuatrimestral

Otra alternativa para medir los resultados obtenidos fue a través del cuestionario que se pasó a los estudiantes en el momento de la realización del examen final en la convocatoria ordinaria. Es necesario decir, en primer lugar, que los alumnos que se presentaron al examen y estaban agregados a la página representan el 84,44% del total de agregados, de manera que los resultados que se muestran a continuación son generalizables en gran medida a todos los

⁸ Se trató que el número de contenidos colgados en cada tema fuera equilibrado, pero cuando se percibía que los estudiantes estaban interesados de modo especial en alguno, las profesoras “respondían” colgando más contenido (por ejemplo, en el Tema 5).

agregados a la página. La mayoría consideran que ha sido de más utilidad la información colgada en el muro (81,57%). Es destacable también el hecho de que un porcentaje elevado de alumnos indique que la experiencia docente ha aumentado su interés por la asignatura (un 84% de los alumnos) y que la consideren de utilidad para su formación (un 95% de los alumnos). De igual forma, los alumnos agregados a la página (un 95%) creen que la utilización de otra red social no hubiera aumentado nuestra tasa de éxito. Además, y lo cual puede ser otro indicador de la buena aceptación en cierta medida de nuestra experiencia es el hecho de que a un 90% de los alumnos agregados les gustaría que otros profesores desarrollaran iniciativas similares en otras asignaturas.

Finalmente, hemos comparado la nota media final de la asignatura entre los alumnos agregados y no agregados a la página en Facebook. Los resultados sugieren una mayor nota media para aquellos agregados a la página (6,76 vs. 6,31), pero no existen diferencias significativas (U Mann Whitney 495 con p-valor 0,145).

- Asignaturas anuales impartidas en la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Tal y como se ha comentado anteriormente, en un intento de ampliar la iniciativa desarrollada a otras facultades y/o titulaciones se creó otra página en Facebook para dos asignaturas de la Facultad de Económicas: “Economía de la Empresa” de la Licenciatura en Economía y “Estrategia Empresarial” en la Diplomatura en Ciencias Empresariales. En la asignatura “Economía de la Empresa” se han agregado 3 alumnos de los 10 matriculados y en la asignatura “Estrategia Empresarial” 31 alumnos de un total de 103 matriculados; es decir, en total hubo 34 agregados en la página (un 30,08% del total). Del conjunto de agregados, 13 personas eran hombres (38,20% del total de agregados y 27,60% del total de hombres matriculados) y 21 mujeres (61,80% del total de agregados y 31,81% del total de mujeres matriculadas). A diferencia de la página de la asignatura cuatrimestral de Ingeniería, el porcentaje de alumnos agregados a la página en función del sexo es diferente desde el punto de vista estadístico (al nivel del 1%).

Los principales motivos para no haberse agregado a la página son la falta de tiempo o la dejadez (45% de los alumnos no agregados y que se presentaron al examen de junio), el no

tener conocimiento de la página (31%) (9) o el no disponer de cuenta en Facebook (24%). Por su parte, aquellos estudiantes que sí se han agregado lo han hecho principalmente porque sentían curiosidad sobre la nueva iniciativa (65,56% de los alumnos presentados al examen y que se habían agregado) o por complementar el contenido visto en clase (25%) (10). Sin embargo, la frecuencia de la consulta de la página -así como para las dos asignaturas a las que hace referencia por separado- ha sido fundamentalmente menor a la semana (47% de los casos) o de al menos una vez a la semana (43,75% de los casos). Un 81,25% de los alumnos consideran que el contenido de la página es bueno mientras que el resto consideran que es mejorable.

Respecto al número de aportaciones realizadas por los alumnos en esta página puede afirmarse que han sido inferiores a las realizadas por los estudiantes de Ingeniería (5 aportaciones en el muro, 13 “Me gusta” y 21 contribuciones al foro), siendo dos alumnas las que han realizado la mayor parte de las aportaciones. Tal y como indica la Tabla 2, participación también se concentra en temas concretos aunque diferentes si comparamos las aportaciones en el muro con las del foro. Así, en el muro los alumnos han hecho la mayor parte de sus contribuciones en el tema dedicado a la Ventaja Competitiva (3 aportaciones y 4 “Me gusta”) mientras que en el foro las aportaciones se reparten en varios temas (Objetivos, Análisis interno, Ventaja Competitiva).

| Temas del programa de la asignatura | Muro | | | Foro |
|--|----------------------------------|--------------|----------|--------------|
| | Contenido colgado por profesoras | Aportaciones | Me gusta | Aportaciones |
| Tema 1. Introducción | 8 | | 1 | 1 |
| Tema 2. Objetivos, GC | 3 | | | 5 |
| Tema 3. Misión, visión y RSC | 6 | | 1 | 2 |
| Tema 4 y 5. Entorno general y específico | 13 | | | |
| Tema 6 y 7. Análisis interno y tema de RYC | 14 | | 1 | 4 |
| Tema 8. Ventaja competitiva | 20 | 3 | 4 | 4 |
| Tema 9. Estrategias según ciclo de vida | 4 | | 1 | |
| Tema 10. Estrategias en sectores de tecnología | 4 | | | 1 |
| Tema 11. Campo de actividad y expansión | 11 | 1 | 2 | 4 |
| Tema 12. DR, DNR, IV y reestructuración | 10 | | 1 | |

⁹ Este motivo fue un poco sorprendente dado que las profesoras en clase explicaron la iniciativa, hacían referencia a ella en sus explicaciones, y se les envió un e-mail al respecto.

¹⁰ Para los alumnos de la asignatura “Economía de la Empresa” el único motivo ha sido la curiosidad por la iniciativa.

| | | | | |
|--|------------|----------|-----------|-----------|
| Tema 13. Crecimiento interno y externo | 11 | | 1 | |
| Tema 14. Cooperación | 9 | 3 | | |
| Otras aportaciones ^[a] | | 1 | 1 | |
| TOTAL | 113 | 5 | 13 | 21 |

[a] Otras aportaciones son aquellas que han realizado los alumnos no directamente relacionadas con el temario pero sí con el mundo empresarial o felicitaciones de navidad de los alumnos.

DR, DNR e IV denotan diversificación relacionada, diversificación no relacionada e integración vertical, respectivamente.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2. Desglose de la participación de los alumnos en las asignaturas anuales

Respecto a los resultados obtenidos a través del cuestionario es necesario mencionar que aquellos que se presentaron al examen y estaban agregados a la página en la asignatura de la Licenciatura de Economía representan el 100% del total de agregados mientras que en la asignatura de la Diplomatura en Ciencias Empresariales, el porcentaje fue de un 81%; de modo conjunto para toda la página esta cifra se sitúa en 82,32%. Así pues, los resultados que a continuación se comentan pueden ser extrapolables al total de alumnos agregados. Un 62% de los alumnos considera que le ha sido de mayor utilidad la información colgada en el muro de la página. Sólo un 18,75% de los alumnos indica que la experiencia docente no ha aumentado su interés por la asignatura y solo un 16% considera que no ha sido de utilidad para su formación. De igual forma, un 62,5% de los alumnos agregados a la página creen que la utilización de otra red social no hubiera aumentado nuestra tasa de éxito. Además, sólo a un 3% de los alumnos agregados no les gustaría que otros profesores desarrollaran iniciativas similares en otras asignaturas.

Finalmente, en lo que se refiere a la comparación de la nota media final de la asignatura entre los alumnos agregados y no agregados a la página en Facebook para la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, los resultados sugieren una mayor nota media para aquellos estudiantes agregados a la página (5,93 vs. 4,55), siendo la diferencia estadísticamente significativa entre ambos tipos de alumnos de acuerdo con la U de Mann Whitney (U 392, p-valor 0,011) (11).

Por tanto, a modo de resumen si comparamos los resultados de ambas páginas podemos extraer las siguientes conclusiones. En primer lugar, el número de agregados ha sido mayor en la página de la asignatura cuatrimestral, siendo además la diferencia estadísticamente

¹¹ Aunque los alumnos de “Economía de la Empresa” agregados a la página tienen mayor nota media no existen diferencias significativas (7,083 vs. 6,180; U Mann Whitney 4 con p-valor 0,393), ocurriendo lo contrario en “Estrategia Empresarial” (5,80 vs. 4,33; U Mann Whitney 308,500 con p-valor 0,016).

significativa de acuerdo con la Chi-cuadrado al nivel del 1%. En cuanto a la distribución por sexo, en términos relativos (número de hombres agregados sobre el total de hombres matriculados y mujeres agregadas sobre el total de matriculadas) en ambos casos el porcentaje es mayor entre el alumnado femenino. En lo que se refiere a los motivos para agregarse o no a la página no difieren en mucho con independencia de la titulación de los alumnos.

En segundo lugar, en lo que se refiere a los temas en los que ha habido una mayor participación de los estudiantes, en ambas páginas éste ha sido el de la ventaja competitiva, aunque en la página de la Escuela de Ingeniería también otros temas han tenido una aceptación significativa. Tampoco coinciden los temas con más participación en el foro de las páginas.

En tercer lugar, los resultados del cuestionario son también similares entre una página y otra. Así, en ambos casos parece que para los alumnos ha sido de más utilidad la información colgada en el muro, y en un porcentaje significativo consideran que la experiencia ha aumentado su interés por la asignatura y ha mejorado su formación, aunque los porcentajes son un poco más elevados en el caso de los alumnos de la Escuela de Ingeniería. Por el contrario, aunque todos los alumnos parecen estar interesados en experiencias docentes similares en otras asignaturas, son los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales los que muestran un mayor interés. Finalmente, no se ha encontrado que el hecho de estar agregado a la página en Facebook repercuta en un mejor rendimiento por parte de los alumnos de la Ingeniería pero sí sobre los alumnos agregados a la página de nuestra Facultad. El hecho de que en general, los alumnos de la Escuela de Ingeniería Industrial e Informática obtienen una nota media más elevada y el número de suspensos sea mucho menor puede ser una posible explicación.

CONCLUSIONES

En esta iniciativa docente, teniendo en cuenta el papel que las redes sociales pueden tener en la enseñanza universitaria, se crearon dos páginas en Facebook para asignaturas con perfiles diferentes: una cuatrimestral de la Escuela de Ingeniería e Informática y otras dos anuales de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Los resultados obtenidos sugieren un mayor éxito de la experiencia en lo que se refiere al número de agregados y a la participación activa de los estudiantes en la página para la asignatura de fuera de nuestra Facultad. Sin

embargo, en lo relativo a los motivos para agregarse o no a la página, o a los temas de mayor participación son en general los mismos. Además, con independencia de la titulación, los alumnos han indicado que el haberse agregado a la página ha sido de utilidad para su formación, que ha aumentado su interés por la asignatura y que les gustaría que otros docentes desarrollaran iniciativas similares. Por el contrario, existen diferencias entre las dos páginas en lo que se refiere a una posible vinculación con el rendimiento académico pues en la relativa a la Escuela de Ingeniería Industrial e Informática no existe una diferencia significativa entre el rendimiento de los alumnos agregados y no agregados, mientras que en los alumnos de nuestra Facultad obtienen una nota media superior si están agregados a la página de Facebook que si no lo están.

Las posibles explicaciones del mayor éxito en términos generales en la página web de la asignatura impartida fuera de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales puede encontrarse en el hecho de ser de carácter cuatrimestral donde la relación profesor-alumno es más concentrada en el tiempo y por tanto también la motivación de los estudiantes sobre la materia. Otra explicación pueda encontrarse en el hecho de que los alumnos de Ingeniería, al ser una materia totalmente nueva para ellos, suelen tener más dificultades para asimilar los contenidos de la asignatura, y pueden considerar que la información colgada en la página les ayuda a preparar la asignatura. Además, este tipo de alumnos suelen estar más implicados con las nuevas tecnologías de la información. Otro motivo puede ser el hecho de haber creado una página conjunta para las dos asignaturas de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales; aunque ha habido coordinación en todo momento entre las profesoras el diferente ritmo en sus clases puede haber dificultado el seguimiento por parte de los alumnos.

Desde nuestro punto de vista, la utilidad de la propuesta radica básicamente en dos cuestiones. La primera es que el manejo de la red social Facebook resulta muy sencillo, por lo que no se requieren conocimientos específicos por parte de los docentes. La segunda cuestión es que la iniciativa no implica ningún coste económico. Los únicos costes hacen referencia al tiempo que los docentes necesitan para poner en marcha la página y realizar un seguimiento diario de la misma. Como aproximación, dado que es muy difícil indicar un número exacto de horas, se requiere tiempo para hacer un seguimiento y clasificación diaria de noticias relacionadas con los contenidos de la asignatura, tiempo para llevar a cabo un control diario

de la página con el fin de revisar si existen nuevos agregados o nuevas aportaciones realizadas por los alumnos y responder lo antes posible a sus contribuciones.

Además, aunque la iniciativa propuesta no permite una evaluación directa del estudiante en cuanto a competencias de la asignatura sí que puede facilitar a los alumnos la profundización en los conocimientos tanto a nivel teórico como a nivel práctico y obtener así una calificación mayor en el examen destinado a evaluar la adquisición de competencias. Asimismo, de modo indirecto la página puede ayudar al estudiante a aumentar su capacidad de análisis a través de las preguntas propuestas en el foro de debate.

En cuanto a posibles limitaciones de la propuesta, pueden destacarse las propias de la red social utilizada como son la imposibilidad de organizar los contenidos en bloques o carpetas o de añadir información adicional a lo que ya ha sido colgado ya que dichos contenidos solo pueden visualizarse por fecha (de la más reciente a la más antigua). Cabe señalar también que la implantación de la propuesta se encuentra en una fase inicial ya que ha sido puesta en marcha en una única asignatura alcanzando un notable éxito, pero cuando posteriormente la propuesta se trasladó a otras asignaturas de otras titulaciones el resultado no ha sido el esperado. Al hilo de esta última limitación, en el futuro, se pretende extender la iniciativa a asignaturas de grado de Dirección Estratégica u otras relacionadas con Organización de Empresas para intentar obtener resultados más generalizables.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alba Pastor, C.: “El profesorado y las tecnologías de la información y la comunicación en el proceso de convergencia al Espacio Europeo de Educación Superior”, *Revista de Educación*, 337 (2005) pp. 13-36.
- Alemañy, C.: “Redes sociales: una nueva vía para el aprendizaje”, *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 1(1) (2009), versión online (<http://www.eumed.net/rev/ced/01/cam4.htm>).
- Cañada Pujols, M.D.: “Enfoque docente de la enseñanza y el aprendizaje de los profesores universitarios y usos educativos de las TIC”, *Revista de Educación*, 359 (2012) pp. 388-412.
- Castaño, C., Maiz, I., Palacio, G. & Villaroel, J.D.: *Práctica educativa en entornos web 2.0*, Editorial Síntesis, Madrid, 2008.
- Comuzzi, I.: “Tecnologías de la comunicación en la formación docente”, *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 19 (2002) pp. 141-146.
- Conde, E., Torres-Lana, E. & Ruiz, C.: “El nuevo escenario de Internet: las relaciones para-sociales de adolescentes y jóvenes en la red”, *Cultura y Educación*, 14 (6) (2002) pp. 133-146.

- Dogruer, N., Menevis, I. & Eyyam, R.: "What is the motivation for using Facebook?", *Procedia Social and Behavioral Science*, 15 (2011) pp. 2642-2646.
- Flores-Vivar, J.M.: "Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales". *Comunicar: Revista Científica de Educación*, 33 (2009) pp. 73-81.
- Fombona Cadavieco, J. & Pascual Sevillano, M. A.: "Variables TIC vinculadas a la generación de nuevos escenarios de aprendizaje en la enseñanza universitaria. Aportes de las curvas ROC para el análisis de diferencias", *Educación XXI*, 14 (2) (2011) pp. 79-110.
- García Aretio, L.: *La ecuación a distancia. De la teoría a la práctica*, Ariel, Barcelona, 2001.
- García-Valcárcel Muñoz-Repiso, A. & Tejedor, F. J.: "Variables TIC vinculadas a la generación de nuevos escenarios de aprendizaje en la enseñanza universitaria. Aportes de las curvas ROC para el análisis de diferencias", *Educación XXI*, 14 (2) (2011) pp. 43-78.
- Gómez, M., Roses, S. & Farias, P.: "El uso académico de las redes sociales en los universitarios", *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 38 (2012) pp. 131-138.
- Grosseck, G., Bran, R. & Tiru, L.: "Do teacher, what should I write on my wall? A case study on academic uses of Facebook", *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15 (2011) pp. 1425-1430.
- Hew, K.F.: "Students' and teachers' use of Facebook", *Computers in Human Behaviour*, Article available at <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2010.11.020>.
- Koh, J. & Kim, Y.G.: "Knowledge sharing in virtual communities: An e-business perspective", *Experts Systems with Applications*, 26 (2) (2004) pp. 155-166.
- Lizasoáin, O.: "Reflexiones en torno a la docencia de la educación especial en el contexto universitario: el reto del Espacio Europeo de Educación superior", *Revista de Ciencias de la Educación*, 207 (2007) pp. 113-117
- Mazer, J. P, Murphy, R.E. & Simonds, C.J.: "I'll see you on "Facebook": the effects of computer-mediated teacher self-disclosure on student motivation, affective learning and classroom climate", *Communication Education*, 56 (1) (2007) pp. 1-17.
- Palomares Ruiz, A.: "La gestión estratégica de la Educación superior: retos y oportunidades", *Revista de Educación*, 355 (2011) pp. 591-604.
- Ricoy Lorenzo, M.C. & Fernández Rodríguez, J.: "Contribuciones y controversias que genera el uso de las TIC en la educación superior: un estudio de caso", *Revista de Educación*, 360 (2013), en prensa.
- Ricoy, M. C., Feliz, T. & Sevillano, M. L.: "Competencias para la utilización de las herramientas digitales en la sociedad de la información", *Educación XXI*, 13 (1) (2010) pp. 199-219.
- Sánchez-Franco, M.J., Villarejo-Ramos, A.F. & Martín-Velicia, F.A.: "Social integration and post-adoption usage of social network sites: an analysis of effects on learning performance", *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15 (2011) pp. 256-262.
- Santos, J.L., Galán, J.M., Izquierdo, L. R. & Del Olmo, R.: "Aplicaciones de las TIC en el modelo de enseñanza del EEES", *Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas*, 39 (2009) pp. 5-11.

- Stromquist, N.: “El impacto de las tecnologías de la información y comunicación en estudiantes universitarios: una evaluación provisional”, *Cultura y Educación*, 21 (2) (2009) pp. 215-226.
- Tejedor, F.J., García-Valcárcel, A. & Prada, S.: “Medida de actitudes del profesorado universitario hacia la integración de las TIC”, *Comunicar: Revista Científica de Educación*, 33 (2009) pp. 115-124.
- Trujillo, J. M., Cáceres, M. P., Hinojo, F. J. & Aznar, I.: “Las redes como elementos constitutivos esenciales en las nuevas organizaciones educativas: el plan escuela TIC 2.0 como apuesta para su desarrollo”, *Revista de Ciencias de la Educación*, 219 (2003) pp. 287-310
- Williams, M. & Burden, R.: *Psychology for language teachers: a social constructivist approach*, Cambridge University Press, Cambridge, 1997.

Anexo 1. Página de la asignatura Dirección Estratégica en Facebook para la Licenciatura de Ingeniería Industrial

The image shows a screenshot of a Facebook page for 'Asignatura Dirección Estratégica ULE' viewed in a Windows Internet Explorer browser. The browser's address bar shows the URL: http://www.facebook.com/pages/Asignatura-Direccion-Estrategica-ULE/170341312982706?v=app_23730. The browser's menu bar includes 'Archivo', 'Edición', 'Ver', 'Favoritos', 'Herramientas', and 'Ayuda'. The toolbar shows various icons for search, social media, and utilities. The Facebook page itself features a profile picture of a cathedral, a cover photo of the same cathedral, and a navigation menu with options like 'Muro', 'Información', 'Fotos', 'Foros', 'Cuadros', and 'Enlaces'. The main content area displays a post from 'Asignatura Dirección Estratégica ULE' and another post from 'oneworld - Inicio'. The right sidebar contains a 'Consigue más Fans' section and a 'Asignatura Dirección...' section. The bottom of the browser shows the Windows taskbar with the 'Inicio' button and the system tray displaying the time as 13:22.

Anexo 2. Página de la asignatura Dirección Estratégica en Facebook para la Licenciatura de Economía de la Empresa y la Diplomatura de Ciencias Empresariales

The screenshot shows a Facebook page for the 'Asignatura Dirección Estratégica Económicas ULE' community. The browser window title is 'Asignatura Dirección Estratégica Económicas ULE - Windows Internet Explorer'. The address bar shows the URL: <http://www.facebook.com/photo.php?fbid=17573410906788set=a.1757300249657.2132254.115351250>. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation links for 'Inicio', 'Perfil', 'Buscar amigos', and 'Cuenta'. The main content area features a cover photo of a large hall, a 'Muro' section with a 'Publicación' input field, and two posts by 'Laura Cabeza García'. The first post is titled 'Quiénes somos - Star Alliance' and includes the website www.staralliance.com. The second post is titled 'Sephora saca ventaja de la crisis y lanza un plan de aperturas, Empresas, expansion.com' and includes the website www.expansion.com. The right sidebar contains 'Personas que quizá conozcas' (Ignacio Soto Rodil and Liliana Suarez), a 'Patrocinado' section with ads for 'Cine y Teatro -80%' and 'Inversis Banco', and a 'Ginos' chat window. The bottom of the browser shows the Windows taskbar with the 'Inicio' button, several application icons, and the system tray displaying 'Internet', 'ES', and the time '17:37'.

Anexo 3. Cuestionario de evaluación de la iniciativa docente: Página Web Facebook

Hombre

Mujer

1. ¿Se ha agregado usted a la página creada en Facebook para la asignatura Administración de Empresas? Sí No

2. En caso de que no se haya agregado a la página, ¿puede indicar por qué no lo ha hecho?

a) Por falta de tiempo o dejadez

b) Porque no me gustan los contenidos de la página

c) Por otro motivo. Indique cuál

Nota: Las siguientes preguntas deberán ser contestadas únicamente por los **alumnos que se hayan agregado a la página**. Si usted no se ha agregado a la página, por favor, no siga contestando este cuestionario.

3. Usted se ha agregado a la página porque:

a) Sentía curiosidad por esta nueva iniciativa

b) Para complementar el contenido visto en clase

c) Otros motivos. Indique cuáles

4. Señale con qué frecuencia consultaba la página:

Todos los días

Cada tres días

Una vez a la semana

Con menor frecuencia

5. ¿Qué le ha parecido el contenido de la página?

Bueno

Malo

Mejorable

6. ¿Qué le ha resultado de más utilidad?

La información colgada en el muro

Las cuestiones planteadas en el foro

7. El haberse agregado a la página y haber consultado la información de la misma ha aumentado su interés por la materia objeto de estudio:

Sí

No ¿Por qué?

8. ¿Considera que le ha sido de utilidad para su formación el haberse agregado a la página?

Sí

No

9. ¿Considera que es necesario hacer mejoras en esta práctica docente desarrollada?

Sí ¿Cuáles?

No

10. Si la iniciativa se hubiese desarrollado en otra red social distinta a *Facebook*, ¿considera usted que hubiese tenido una mayor aceptación?

Sí Indique la red social

No

11. ¿Le gustaría que otros profesores desarrollaran iniciativas similares a ésta en sus asignaturas?

Sí

No