

HÁBITOS DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES PARA LA EDUCACIÓN

AUTORES: Isabel M. Solano Fernández¹

M. Mar Sánchez Vera²

Francisco Martínez Sánchez³

CENTRO DE TRABAJO: Universidad de Murcia. Grupo de Investigación de Tecnología Educativa (GITE)

RESUMEN

La interacción social ha dejado de ser patrimonio exclusivo del contexto presencial para ser cada vez más frecuente en la comunicación que se produce en red. En el análisis de la sociabilidad y las interacciones de los jóvenes existen múltiples factores claves para la toma de decisiones sobre el uso que estos realizan de las tecnologías de comunicación en el contexto social, así como para su consideración en el diseño de procesos formativos y de modelos de enseñanza-aprendizaje que identifiquen al alumno como gestor del aprendizaje a lo largo de toda la vida.

En este contexto, el proyecto de investigación “*CIPRECES: Hábitos de Comunicación y Relaciones Sociales de los estudiantes en contextos presenciales y virtuales*” surgió con el propósito de describir y analizar los hábitos de comunicación de los estudiantes en edad de escolarización secundaria, tanto en su modalidad presencial, como a través de las redes de telemáticas.

En este trabajo presentamos los resultados de las dos primeras fases del proyecto CIPRECES, concretamente, un estudio descriptivo del uso que los jóvenes realizan de las herramientas de comunicación e interacción en red, y posteriormente un análisis más pormenorizado de los mapas de interacción social de estos jóvenes, estableciendo para ello relaciones entre el contexto presencial, la comunicación con el móvil y la comunicación en Internet a través de mensajería instantánea y las principales redes sociales.

PALABRAS CLAVE: redes sociales, secundaria, adolescentes, comunicación, Internet

REFERENCIAS EJE TEMÁTICO: Formación para el uso de las TIC

1. El conocimiento libre, la colaboración y la Web 2.0: rasgos distintivos de un nuevo paradigma educativo

Si tuviéramos que destacar alguno de los logros más significativos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación, sin duda señalaríamos la ampliación de las posibilidades de comunicación e interacción en contextos distantes espacial y temporalmente. Apoyándose en modelos comunicativos interactivos, las TIC han dado la posibilidad a los usuarios de comunicarse, aprender, intercambiar información e incluso colaborar en la medida en que éstas han permitido concebir al usuario como un sujeto activo capaz de manipular, alternar y controlar la información transmitida por las TIC. Con todo ello, además de sus posibilidades técnicas, su versatilidad, bajo costo, su sencillez de manejo, etc. Se ha logrado una transformación de los modelos de comunicación humana tradicional, dando paso a modelos más evolucionados, flexibles e interactivos.

Desde sus inicios, Internet fue entendido como un entorno para comunicar, producir, difundir, mejorar y editar conocimiento por y para la comunidad. Los años 70 se caracterizaron por la tendencia informal a la colaboración, la interdependencia positiva, es la época de las primeras aplicaciones de groupware, de la creación de las primeras comunidades virtuales y de la producción activa del conocimiento. El boom de las empresas *punto com* y su posterior declive a principios del año 2000 puso al descubierto las debilidades de la red, pero también sus fortalezas. Este punto de inflexión permitió volver a plantear la red como un núcleo de gestión y edición activo de la información, en el que se revalorizaron las posibilidades de comunicación y colaboración en red. Pero ésta no fue la gran novedad de la red en esta época porque la colaboración ya existía anteriormente como dijo Berners-Lee (En Laningham, 2006); la novedad la aportó la posibilidad de que todos pudieran acceder, crear y producir información en la red. Por ello a esta etapa se la ha conocido como la del *conocimiento libre, la colaboración y la web.2.0*. Las redes sociales, junto a los blogs, wikis, organizadores sociales, microblogging, aplicaciones en red para la edición y gestión de documentos, editores de sitios web y aplicaciones para publicar y gestionar documentos y presentaciones visuales, están ocupando el lugar que esta evolución comunicativa ha dejado a las tecnologías, permitiendo con su uso y la interacción entre ellas la configuración de auténticas redes de colaboración.

El nuevo paradigma que impera ahora es el de la construcción social del conocimiento. La Web 2.0 es la consecuencia lógica de la naturaleza técnica,

características comunicativas, posibilidades de acceso y transformaciones sociales de las nuevas tecnologías de la comunicación. Cuando se habla de la Web 2.0, casi de forma generalizada, se dice que se trata más de una actitud que del desarrollo de una tecnología. No es necesario insistir mucho en ello ya que realmente se trata de nuevos modelos de comunicación y nuevas formas de construcción del mensaje.

Por tanto, nadie pone en duda que se ha producido la transformación comunicativa de la que hablábamos al principio, pero algo diferente es cuando se plantea la posibilidad de explotación educativa y/o científica de lo que hay en estas redes de colaboración. No basta con su uso, incluso su dominio conceptual y técnico; para su explotación hace falta preparación y con ello capacidad de análisis y valoración de lo que se encuentra. Discriminar entre lo significativo y lo inútil es una capacidad a adquirir o a desarrollar y ello precisa de formación. Desde la educación es necesario proclamar la necesidad de que no se consideren información y conocimiento como sinónimos, ya que como decía Sáez Vacas (2008), asumirlo implicaría afirmar que “todo se resuelve con la tecnología”.

1.1. El valor educativo de las redes sociales

Para lograr que el usuario se convierta en un agente activo en la edición de información y construcción colaborativa del conocimiento están surgiendo herramientas de comunicación y creación de información que permiten la interacción simétrica entre todos los usuarios de la red, facilitando con ello la colaboración e interacción orientada a un objetivo común. Entre este conjunto de servicios y herramientas, destacamos las *redes sociales*, concebidas como espacios de interacción social que adquieren sentido gracias al intercambio de información y recursos, la organización y gestión de los mismos y la colaboración y comunicación entre sus usuarios.

Si bien es cierto que la mayoría de estas tecnologías se han generalizado en la población, sobre todo en los jóvenes, su uso se sigue asociando a actividades de ocio y entretenimiento. Los argumentos a favor de su uso señalan que ayudan a los alumnos a ser más abiertos y comunicativos al mundo (aprender de los demás), que los alumnos se motiven más a aprender al poder hacerlo en comunidad, y por último, que con estas herramientas les facilitamos a los alumnos vías de socialización con sus compañeros (Del Moral, 2008).

El debate sobre la incorporación de las redes sociales en Educación está servido, pero si una cosa está clara es que no existe ninguna herramienta o servicio de Internet que sea educativa por sí misma. Son muchos los estudios que han hecho hincapié en que

el aprendizaje nunca está en función del medio ya que lo importante son las cuestiones de procedimiento, los aspectos metodológicos y las estrategias empleadas (Clark y Salomón, 1986; Cabero, 2001). En un estudio reciente apuntábamos que es el modelo pedagógico el que puede mejorar la enseñanza y el aprendizaje pero no los medios, por tanto, para justificar su presencia o no en la educación es necesario considerar factores como “la función que se les asigna, su forma de uso, y el objetivo a alcanzar con ellos, interactuando, claro está, con otros medios y con otras acciones que les darán sentido a su incorporación” (Martínez, 2009: 41; Solano, 2010).

Como apuntaba de Haro (2008), existe poca literatura especializada sobre la práctica docente de las redes sociales en Educación Secundaria y es un término que difícilmente se puede ajustar a los currícula tradicionales (Bartolomé, 2008). La organización de grupos y el *efecto llamada* que se produce entre ellos a través de las herramientas que usan son las que han favorecido la creación de estas redes sociales para la comunicación, intercambio y construcción colectiva del conocimiento. Es indudable que los jóvenes están participando en redes sociales y que configuran sus propias redes de interacción pero ¿las utilizan para aprender?, y por otro lado, ¿cómo debería hacerse su incorporación en contextos educativos? En el estudio que presentamos a continuación, apuntamos que, para responder a estas preguntas es preciso estudiar cómo interaccionan los alumnos en las redes sociales, cómo configuran sus propias redes de colaboración y en qué ámbitos de comunicación se desenvuelven (personal, ocio o educativo).

2. CIPRECES: un estudio sobre las relaciones sociales y los hábitos de Comunicación en Internet

El proyecto de investigación *CIPRECES*, concedido en el marco del Programa Nacional de Proyectos de Investigación Fundamental del VI Plan Nacional de I+D+I 2008- 2011 de la Secretaría de Estado de Universidades y la Secretaría de Estado de Investigación, tiene como propósito describir y analizar los hábitos de comunicación de los estudiantes en edad de escolarización secundaria, tanto en su modalidad presencial, como a través de las redes de telemáticas. Pretendemos de esta manera explicitar las correlaciones entre tipos, frecuencias y protagonistas de dichas relaciones comunicativas en ambos contextos (presencial y virtual), proponer modelos de interacción en las redes, y a partir de ellos proponer principios de actuación para la inclusión de las redes sociales en contextos educativos. Dirigido por Francisco Martínez Sánchez (Universidad de Murcia), el proyecto reúne a un equipo de investigación,

profesionales de la Tecnología Educativa, de las Universidades de Murcia, Alicante, Málaga, Huelva, Las Palmas de Gran Canaria, Oviedo y Palma de Mallorca.

La realización del proyecto CIPRECES se ha estructurado en cuatro líneas de trabajo. En la primera se exploran los hábitos de comunicación presencial y virtual, los factores del contexto y las herramientas utilizadas para llevarlos a cabo; en la segunda línea, se realiza un análisis sociométrico con los que se definirán los mapas o modelos de interacción social de los sujetos de la muestra; la tercera línea, consiste en analizar la interacción que los jóvenes realizan en las redes sociales más utilizadas por ellos, así como en realizar un estudio pormenorizado de las características de las principales redes sociales utilizadas por los alumnos de secundaria. Por último, la cuarta línea permitirá establecer implicaciones y propuestas educativas a partir de los resultados extraídos en las dos fases anteriores.

El planteamiento de la investigación se ha realizado en un ámbito educativo específico conformado por Centros de Educación Secundaria Obligatoria y los alumnos que cursan esta etapa educativa. Aún así, en la primera fase, el *alumno* es el sujeto experimental de la investigación y, como tal, todas las dimensiones y variables seleccionadas para la recogida de información son sometidas a análisis desde su perspectiva. La muestra de nuestro estudio ha estado conformada por los alumnos de 3º y 4º de la ESO de Institutos de Educación Secundaria (IES) de siete provincias españolas (Alicante, Huelva, Las Palmas de Gran Canaria, Málaga, Oviedo, Palma de Mallorca y Murcia), contando finalmente con un total 3103 alumnos. Para la elaboración de los mapas de interacción se seleccionó al azar, de la muestra anterior, 270 sujetos.

En la ilustración 1 se han representado las dimensiones y variables de análisis utilizadas para la recogida de información. Estas dimensiones no deben confundirse con las utilizadas para el análisis global de la investigación, ya que éstas se refieren a los fundamentos teóricos de la investigación y son susceptibles de ser sometidas a revisión teórica y empírica. Sin embargo, las dimensiones y variables de recogida de la información han surgido tras la revisión bibliográfica y están formadas por agrupaciones de ítems del instrumento de recogida de información y, por tanto, de ellas se han extraído los datos empíricos, que una vez sometidos a un análisis estadístico, se presentan a continuación. Las dimensiones de estudio han sido: variables tecnológicas y comunicativas, variables comunitarias y variables personales.

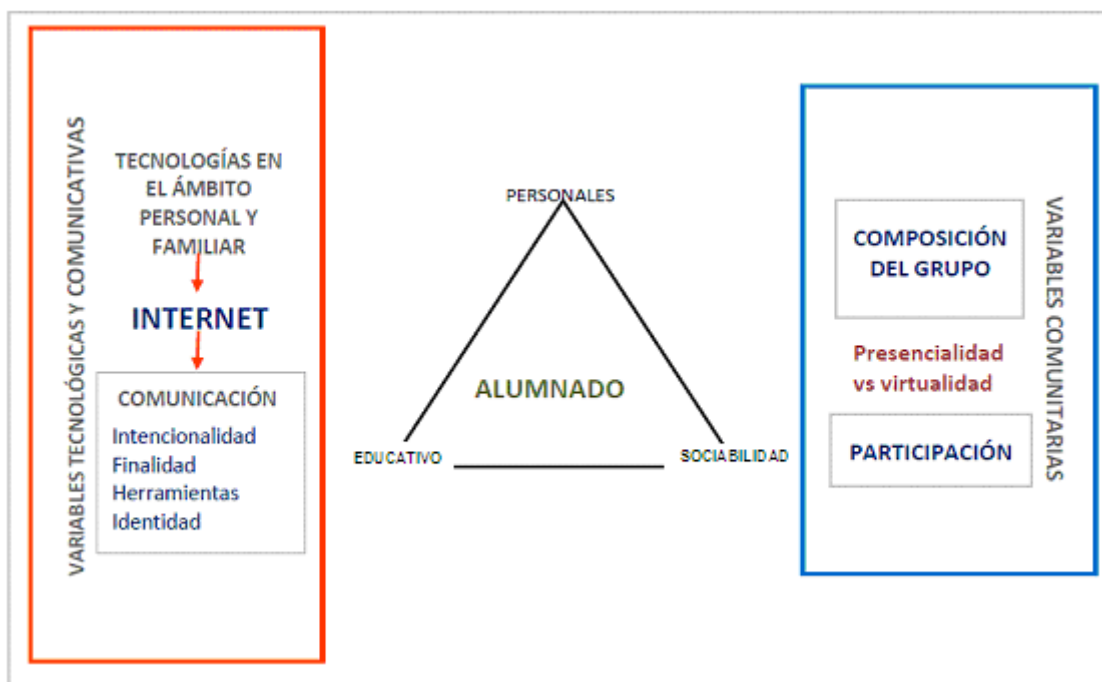


Ilustración 1: Variables de análisis de los hábitos de comunicación e interacciones sociales

Estas variables han servido de base para la construcción del instrumento de recogida de información, en este caso, el cuestionario *CoGERE sobre hábitos de comunicación en la Generación Red*. Los ítems recogidos en el cuestionario permitieron la indagación de los hábitos de comunicación y de relación interpersonal de los estudiantes a través de interacciones presenciales, como a través de las herramientas de interacción con TIC. La construcción del cuestionario se apoyó en otros instrumentos de medida que, aunque tienen un marcado corte psicologista, constituyen los antecedentes más próximos al trabajo que nos planteamos (Gracia y Musitu, 2002; Kraut et al, 2001; Lorente Arenas, 2002).

2.1. Resultados sobre relaciones sociales y hábitos de comunicación en contextos presenciales y virtuales

El uso de Internet está extendido entre la mayoría de los alumnos de Secundaria que han participado en el estudio, ya que sólo un 8,1% no utiliza Internet o lo utiliza muy poco y, de los que sí lo utilizan habitualmente un 27, 2% lo utiliza más de 25 horas semanales. La mayoría suele acceder a Internet desde su casa (84,7%), siendo este dato coincidente con el obtenido en alguno de los estudios que recientemente se ha realizado sobre el uso de Internet en los hogares (INE, 2009; Fundación Pfizer, 2009, Sánchez Burón, Rodríguez y Poveda Fernández, 2009). En cuanto a la exploración que se ha realizado de las tecnologías que poseen los sujetos de la muestra, se observa que prácticamente la totalidad de los alumnos tienen teléfono móvil (95,7%), y un

porcentaje muy elevado reproductor de música y/o ipod (86,4%), memorias externa o pen drive (73,3%), videojuegos (66,8%). En cuanto a los ordenador, un 52,0% posee uno de sobremesa y el 30,8% poseen un ordenador portátil.

Son muy pocos los alumnos que suelen participar en actividades recreativas o de ocio organizadas por el instituto, por la ciudad/barrio o cualquier otra entidad u organización, ya que tan sólo un 27,4% (n=837) lo hace a menudo o muy a menudo. Sin embargo, un 57,5% practica algún deporte a menudo o muy a menudo (Grafica 4).

El elevado número de internautas que recoge nuestro estudio reflejará, a todas luces, el uso diversificado que los alumnos hacen de Internet, aunque no siempre aprovechándose del potencial educativo y/o cultural que sería deseable. La red social más utilizada por los alumnos de Educación Secundaria es *Tuenti* con un porcentaje del 65%, no en vano el esfuerzo de Zaryn Dentzel por crear una red social fuera del contexto americano y de los estereotipos y exigencias impuestos allí permitió crear una red social local en España que rompió con todos los pronósticos y consiguió, no sólo quitar cuota de mercado a grandes gigantes de las redes sociales como Facebook y Myspace, sino también ser la red social principal en España. De este modo, Tuenti se ha convertido en la red social preferida por los usuarios en el contexto español, seguida de lejos, según revela nuestro estudio, por Hi5 con un 27,7% de uso, *Facebook* con un 20,9% y *Myspace* utilizada sólo por el 17,2% (Ilustración 6). Otras de las herramientas de red social utilizadas para la comunicación con amigos son Haboo, Badoo y metroblog, aunque éstas se utilizan fundamentalmente para conocer personas.

Muy pocos de los alumnos encuestados utilizan las redes sociales como herramienta para estudiar o realizar las actividades escolares, siendo los recursos más valorados por ellos para realizar trabajos y estudiar los *buscadores* (82%), así como *Wikipedia* y *El Rincón del Vago*. Tan sólo un 4,6% de los encuestados utilizan *Tuenti*, *Facebook* y/o *Myspace* con una finalidad educativa, y ni siquiera *Messenger*, a pesar del enorme potencial educativo que tiene para la colaboración y la construcción compartida del conocimiento, es utilizado por los alumnos con una finalidad educativa, aunque sí es cierto que el porcentaje de uso para el estudio y la relación de trabajos es mayor que en las redes sociales enumeradas (9,8%)

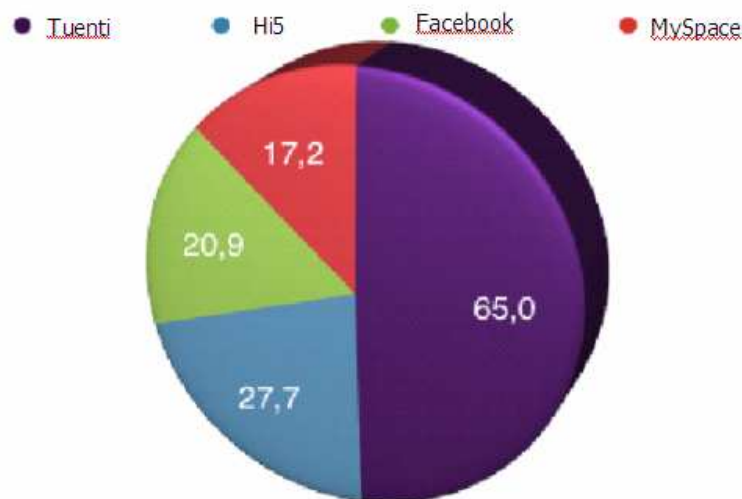


Ilustración 2: Principales redes sociales utilizados por los adolescentes españoles

Las herramientas que los alumnos utilizan para comunicarse con sus amigos son *Messenger*, *Tuenti* y *correo electrónico*. *Messenger* es utilizado por un 90% de los sujetos encuestados, aunque sólo un 68,7% lo utiliza a menudo o muy a menudo. El correo electrónico es otra de las herramientas más utilizada para la comunicación entre amigos (81%) pero de ellos un 31% lo utiliza muy poco, por tanto, *Tuenti*, con un 75,8% de porcentaje de uso, se convierte en la segunda herramienta más utilizada por los adolescentes para comunicarse con sus iguales. Aún así, el móvil sigue siendo el recurso más utilizado por los alumnos de Educación Secundaria para hablar con sus amigos (93%), muchos de ellos a través de mensajes de texto (74%) y llamadas (69,5%), aunque el mayor número de los alumnos encuestados suele realizar llamadas perdidas o toques en el móvil como mecanismo para establecer contacto con sus amigos y familiares (84,1%).

Del mismo modo que los alumnos utilizan las redes sociales como espacios de comunicación en red con sus amigos, éstas también se utilizan como prolongación del espacio presencial de comunicación, ya que muchos de ellos lo utilizan para quedar presencialmente (para salir, jugar, ir al colegio, etc.), aunque en este caso, demandan más herramientas de comunicación sincrónica y cuasi-sincrónica como el *chat* y la *mensajería instantánea* (75%) que herramientas que favorecen una comunicación asincrónica como el correo electrónico (15,4%). Redes sociales como *Tuenti* también son utilizadas con esta finalidad (42,8%), aunque consideramos que la inexistencia en el momento de la recogida de información de una herramienta de chat o servicio sincrónico de comunicación puede constituir uno de los motivos por los que la mensajería sigue siendo la herramienta más utilizada para quedar con los amigos.

Otros de los principales usos que los alumnos de Educación Secundaria realizan de *Tuenti* es ver, subir y comentar fotos (70%) y videos (55%), sin embargo, no la suelen utilizar tanto para ver, subir y comentar documentos (37,6%)

Por último, otro de los propósitos del estudio era percibir los paralelismos existentes entre el contexto presencial de comunicación y el contexto de comunicación en red. Quizás, uno de los datos más significativos que hemos obtenido ha sido que en Internet se amplía el número de contactos y amistades, siendo lo más habitual que en las herramientas de red social y mensajería instantánea tengamos una larga lista de personas independientemente de que hablemos habitualmente con ellas o no, las conozcamos presencialmente o no. El 11,7% de los sujetos encuestados tiene entre 1 y 10 amigos fuera de Internet, sin embargo, utilizando este mismo intervalo con los amigos que tienen en Internet, el número asciende al 22,2%. Este dato es aún más significativo en el caso de los contactos que los sujetos de la muestra tienen en *Messenger* y *Tuenti* ya que sólo un 4,2% y un 4,1% respectivamente tienen entre 1 y 10 amigos, aumentando esta proporción al 60% en *Messenger* y 50% en *Tuenti* de usuarios que tienen entre 1 y 200 contactos. Sin embargo, en el plano presencial no existe este interés por tener un elevado número de contactos y/o amigos en Internet: el 57,5% de los sujetos encuestados tienen entre 1 y 10 amigos en su pandilla, y este porcentaje aumenta hasta 92,1% cuando el número de amigos se eleva a 50.

2.2. Mapas de interacción de los jóvenes en contextos presenciales y virtuales

Los datos referidos a los mapas de interacción de los alumnos en edad de escolarización secundaria se han obtenido de la información facilitada por los sujetos de la muestra en el cuestionario *CoGERE sobre hábitos de comunicación en la Generación Red*. De los 3103 cuestionarios de los que disponíamos originalmente, seleccionamos una muestra de 30 sujetos en cada una de las provincias en las que se extrajo información en el estudio, excepto de la Región de Murcia en la que se seleccionaron 15 sujetos por cada uno de los IES en los que se recogió información, atendiendo a la proporción global de la muestra, conformando un total de 270 sujetos. De todos ellos se elaboró el mapa de interacción atendiendo a los tres planos que fueron objeto del estudio (contexto presencial, móvil, Internet_messenger y redes sociales_), y a las interrelaciones existentes entre ellos. Posteriormente, se procedió a seleccionar variables y criterios comunes entre los mapas de interacción elaborados que permitieran la configuración de modelos de interacción que definieran los principios de interacción de

los jóvenes a través de las redes sociales. De acuerdo con el análisis realizado, se han identificado cuatro modelos de interacción.

a) *MODELO 1: De costumbres* (Ilustración 3)

- La persona que se ubica en este modelo cuenta siempre con las mismas personas para interactuar en el plano presencial, en el móvil y en Internet, por tanto utiliza el entorno tecnológico como complemento a la comunicación en su entorno social inmediato y presencial, pero no varía en sus interacciones.
- Tanto en su interacción por móvil e Internet, suele incluir a las personas en el mismo orden que indica para la interacción en el contexto presencial.
- Las personas que se sitúan en este modelo no contestar a todas las variables incluidas en los mapas de interacción y deja espacios en blanco
- Las herramientas de comunicación por Internet son utilizadas preferiblemente para el ocio.
- El 37% de los sujetos de la muestra responden al modelo de interacción *de costumbres*, lo cual pone de manifiesto que un número considerable de sujetos de la muestra interactúan con las mismas personas en contextos presenciales y virtuales, por lo que Internet se concibe como una herramienta más para comunicarse con personas de su entorno, principalmente para realizar actividades relacionadas con el ocio.

b) *MODELO 2: Focalizado en relaciones* (Ilustración 4)

- Este modelo representa una evolución del modelo 1. En este modelo el medio tecnológico sirve como mecanismo de socialización y apoyo de estas amistades ya que estos individuos forman parte de su vida virtual del mismo modo que la presencial y la diferencia con el primero es que existen contactos nuevos con los que se comunica únicamente a través de Internet.
- Incluye también contactos con los que se relaciona exclusivamente en el ámbito presencial.
- La persona que interactúa de acuerdo con este modelo, suele tener un grupo de contactos que forman parte de su entorno presencial y que se ven reforzados en la comunicación con ellos en la red. Es decir, utiliza la red para ampliar y mejorar el contacto con ellos.
- En este modelo el sujeto identifica como máximo 15 contactos. Es el común en el que se encuentra ubicada la mayoría de los sujetos sometidos a estudios (45%)

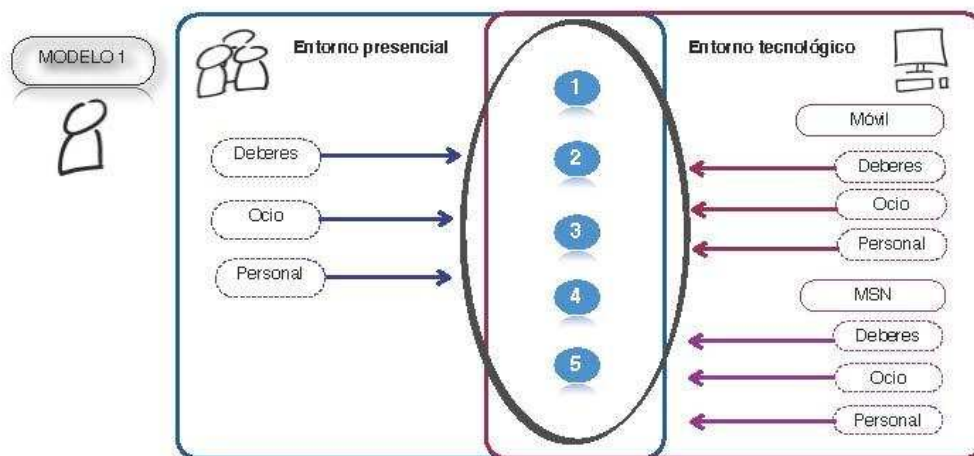


Ilustración 3: Modelo 1 “de costumbres”

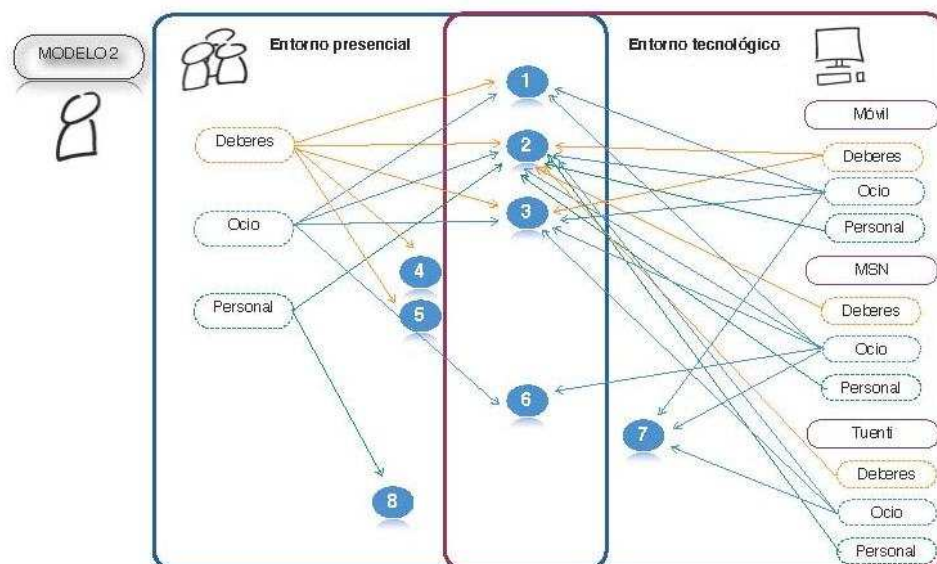


Ilustración 4: Modelo 2 “focalizado en relaciones”

c) *MODELO 3: Independiente* (Ilustración 4)

- La característica principal del *modelo independiente* es que no hay apenas relación entre los sujetos seleccionados y el entorno virtual del tecnológico está bien diferenciado.
- Esto implica que el sujeto desarrolla comunicación “presencial” pero que esta no tiene reflejo en la red, es decir, el sujeto desarrolla dos planos de interacción independientes que en muy pocas ocasiones se entrelazan.
- Son muy pocos los sujetos cuya interacción puede ser clasificada en este modelo (10%), aunque es significado reconocer que son sujetos con un grado de sociabilidad alto tanto en contextos presenciales como virtuales, y que

relacionan el uso de la red principalmente para llevar a cabo actividades de ocio y de interrelación personal, sobre todo para conocer a personas.

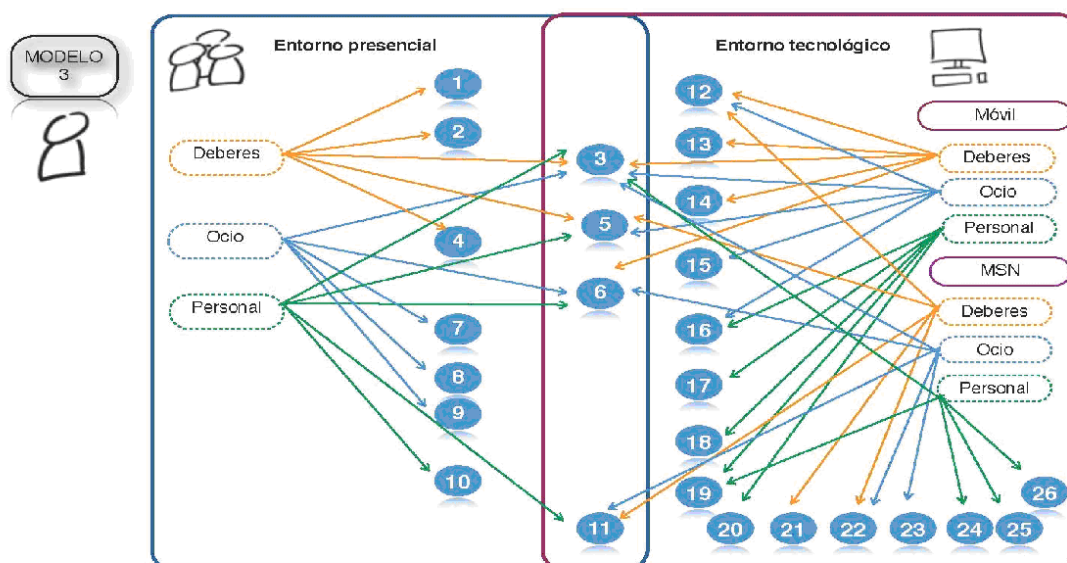


Ilustración 5: Modelo 3 “independiente”

d) *MODELO 4: Multirelacional* (Ilustración 5)

- Este modelo supone una evolución del modelo 2, y la diferencia principal reside en que el sujeto desarrolla más de 15 contactos.
- En este modelo el sujeto desarrolla contactos presenciales con los que trata únicamente en persona; contactos presenciales con los que se comunica también a través de Internet, tanto en el Messenger como en las redes sociales, y finalmente, el sujeto identifica contactos con los sólo interacciona a través de la red, como ocurría en el modelo 3.
- En este modelo el sujeto muestra un uso amplio de diversas herramientas tecnológicas, principalmente facebook y tuenti que es en donde amplía su abanico de contactos en el entorno tecnológico.
- El 8% de los sujetos de la muestra interaccionan siguiendo este *modelo multirelacional*.

3. Conclusiones y prospectiva

Quizás el gran éxito de las redes sociales ha sido que la interacción poco se diferencia con la que tiene lugar en el contexto social, llegando incluso a enriquecerla al ampliar los espacios de comunicación y diversificar las situaciones de interacción. Era cuestión de tiempo que, en función de su desarrollo e incardinación social, las TIC propiciaran el

surgimiento de nuevos modelos comunicativos en los que la colaboración y la multiculturalidad fueran sus rasgos más significativos. El momento llegó y estamos ante nuevos modelos asociados a las aplicaciones del software social.

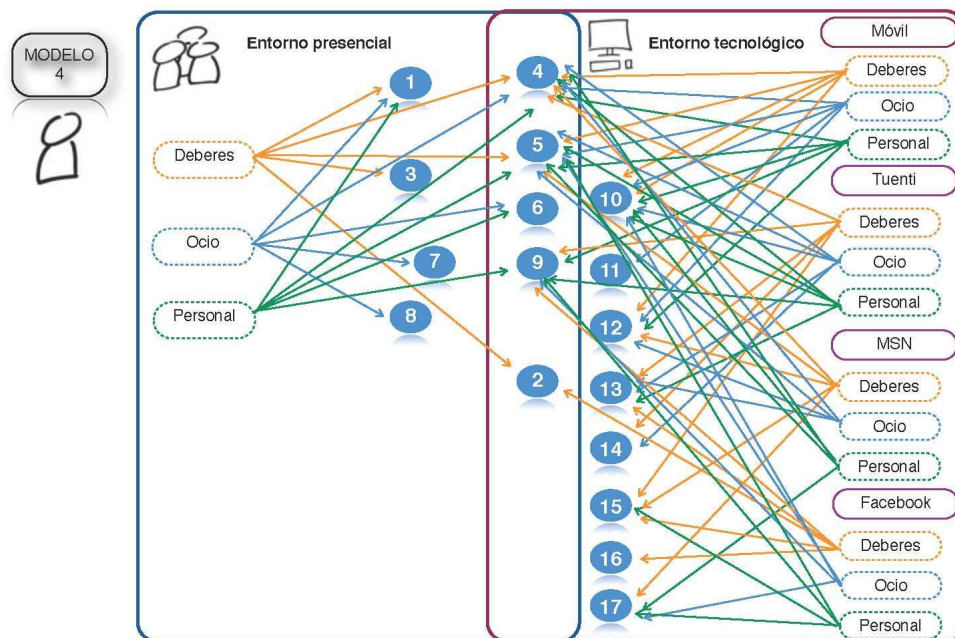


Ilustración 6: Modelo 4 “multirelacional”

La incorporación de las TIC en el ámbito educativo requiere hoy más que nunca la necesidad de repensar las nuevas necesidades de formación de alumnos (e inevitablemente de los docentes). Estas necesidades están estrechamente vinculadas con las competencias que deben tener los alumnos para estar formados digitalmente: deben tener competencias para la adquisición y comprensión de la información, para la expresión y comunicación de información y conocimiento y competencias para la interacción social (Area, 2009), o como apunta Hart (2008), además de ser exploradores y lectores de la información, hay que lograr ser creadores de información y participantes activos, contribuyendo, compartiendo enlaces o estando conectados a través de redes sociales, mensajería instantánea, microblogging o servicios que los integren todos como la reciente apuesta de google con *google wave*. En definitiva, las necesidades formativas que la llegada de esta web social serían, por un lado, la de formar para colaborar y crear, superando el modelo del acceso, recepción y consumo de información, y por el otro, la de formar para discrepar y discutir, no para sumir y aceptar (Jenkins, 2008)

Para concluir resulta relevante comprobar como los servicios de mensajería instantánea y de redes sociales se han generalizado entre los jóvenes, en este caso, entre

los alumnos en edad de escolarización secundaria. A pesar de las potencialidades educativas de estos servicios y herramientas de comunicación y colaboración en red, el uso educativo que se hace por parte del alumno es casi imperceptible, por lo que las redes sociales y la mensajería instantánea sigue, todavía hoy, confinada a un uso exclusivamente personal y de entretenimiento, siendo fundamentalmente un instrumento para la comunicación con amigos con los que, en la mayoría de ocasiones, se comparte también un entorno de comunicación presencial. La clave estará ahora en repensar las potencialidades comunicativas y pedagógicas de las redes sociales y orientar los usos y funciones educativos con las que los docentes deben utilizarlas y, de este modo, lograr que los alumnos las utilicen como entornos para el aprendizaje y la colaboración formal, no formal e informal.

4. BIBLIOGRAFÍA

AREA, M. (2009). Competencia digital e informacional en la Escuela. Curso “Competencia digital”. Universidad Internacional Menéndez y Pelayo. Santander, 2009. <http://files.competenciasbasicas.webnode.es/200000167-814ad8244d/CompetenciaDigital-MArea.pdf> [Consultado el 18 de enero de 2010]

BARTOLOME, A. (2008). Web 2.0 and New Learning Paradigms. *eLearning Papers*. nº 8, abril. http://www.elearningpapers.eu/index.php?page=doc&doc_id=11654&doclng=6&vol=8 [Consultado el 18 de enero de 2010]

CLARK Y SALOMÓN (1986) *Media in Teaching*. En Wittrock, M. (Ed). Handbook of research on teaching. New York. MacMillan Reference Books. Pp.464-478
CABERO, J (2001) *Tecnología educativa: diseño, producción y evaluación de medios*. Barcelona: Paidós.

DEL MORAL, A. (2008). Educación 2.0, ¿son las redes sociales una pérdida de tiempo? Redes sociales. El blog de Alianzo. <http://blogs.alianzo.com/redessociales/2008/01/20/educaciasn-2-0-aion-las-redes-sociales-/#more-830> [Consultado el 3 de febrero de 2008]

FUNDACIÓN PFIZER (2009). La juventud y las redes sociales en Internet. Informe de resultados de la encuesta, http://www.fundacionpfizer.org/pdf/INFORME_FINAL_Encuesta_Juventud_y_Red_Sociales.pdf [Consultado el 18 de enero de 2010]

GRACIA, E., HERRERO, J. Y MUSITU, G. (2002). *Evaluación de recursos y estresores psicosociales en la comunidad*. Madrid: Editorial Síntesis.

HART, J. (2008). Engaging with Social Media. *Jane's E-Learning Pick of the Day*. <http://janeknight.typepad.com/pick/2008/09/getting-engaged-with-social-media.html> [Consultado el 18 de enero de 2010]

JENKINS, H. (2008). *Convergente cultura: la convergencia de la cultura de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

HARO, J. de (2008). *Redes sociales en Educación*. <http://www.slideshare.net/jjdeharo/redes-sociales-en-educacin-4237119> [Consultado el 18 de enero de 2010]

KRAUT,R., KIESLER,S., BONEVAR,B., CUMMING,J., HELGESON, V. (2001). “Internet paradox revisited”. *Journal of Social Issues*, vol. 58, pp 49-74

INE (2009). *Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación en los hogares 2009*.

LANINGHAM, S (ed.) (2006) *Tim Berners-Lee*. My developerWorks. Podcast. Entrevistas. 22 de Agosto. <http://www-128.ibm.com/developerworks/podcast/> [Consultado el 18 de enero de 2010]

LORENTE ARENAS, S, BERNETE, F. Y BECERRIL, D. (2004). *Jóvenes, relaciones familiares y tecnología de la información y de las comunicaciones*. Observatorio de la Juventud en España. <http://www.injuve.mtas.es/injuve/contenidos.item.action?id=2062358036&menuId=572069434>. [Consultado el 18 de enero de 2010]

MARTÍNEZ SÁNCHEZ, F. (2009). Mitología de las TIC en la sociedad y en la enseñanza. *Revista Educatio siglo XXI*, vol 27, 2. pp. 33-42.

MARTÍNEZ SÁNCHEZ, F. Y SOLANO FERNÁNDEZ, I.M. (2010). Analizando redes sociales en Educación Secundaria. En CASTAÑEDA, L. (coord). *Aprendizaje con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos*. Sevilla: Mad-eduforma.

SÁEZ VACAS, F. (2008). El país digital de las “maravillas”. Necesitamos desarrollar una sociología de la infociedad. *Revista TELOS*, n° 76. <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/home.asp?idrevistaant=76.htm> [Consultado el 18 de enero de 2010]

SÁNCHEZ BURÓN, A., RODRÍGUEZ, L. Y POVEDA FERNÁNDEZ, M. (2009). Los adolescentes en la red. Estudio sobre los hábitos de los adolescentes en el uso de internet y redes sociales. Resumen ejecutivo. http://www.ucjc.edu/elements/form_download_pdf.php [Consultado el 18 de enero de 2010]

SOLANO, I.M. (2010). Estrategias metodológicas para el uso de las redes en Educación Infantil http://digitum.um.es/xmlui/bitstream/10201/13627/1/Estrategias_TIC_Ed_Infantil.pdf [Consultado el 27 de julio de 2010]