

## **“Twitter y Facebook en la docencia: la figura de los alumnos como gestores de las cuentas”**

**Isabel Acero, Jesús Gutiérrez y M<sup>a</sup> José Vela**

Dpto. Dirección y Organización de Empresas

Facultad de Economía y Empresa

Universidad de Zaragoza

Esta experiencia de innovación docente pretende consolidar una experiencia iniciada el curso pasado 2012-13, la cual se basó en el uso de las redes sociales (Twitter y Facebook) como mecanismo de comunicación entre profesores y alumnos y entre los propios alumnos. Tras el éxito de la experiencia del curso previo, este año se ha decidido continuar con la misma. No obstante, se han incorporado ciertos cambios. En este sentido, durante el actual curso 2013-14 se ha otorgado un papel fundamental a los alumnos ya que son ellos los que han desempeñado las tareas de gestión de las cuentas de Twitter y Facebook de la asignatura, al contrario que en el curso pasado donde eran los propios docentes los encargados de su gestión. De este modo, se han estrechado los lazos colaborativos entre alumnos y profesores, y por otra parte, se han concedido ciertas responsabilidades a los alumnos gestores de las cuentas ya que ellos han sido los encargados de mantener informados al resto de compañeros y actualizar en las redes la información que los profesores les han ido indicando.

Así, el **objetivo** principal de la experiencia docente desarrollada ha sido utilizar las redes sociales como mecanismos de mejora de la comunicación entre docentes y alumnos y entre los propios alumnos, y como estímulo para aumentar la motivación entre los estudiantes.

Como **innovación** durante el curso 2013-2014 se ha delegado la gestión de las cuentas de las redes sociales en los propios alumnos, siendo los propios estudiantes los responsables del funcionamiento de las mismas, siempre bajo la supervisión de los profesores.

Para ello, a principio de curso se explicó a los alumnos la existencia de las cuentas de **Facebook** (*facebook.com/ogi*) y **Twitter** (*@oginterna*) de la asignatura y se pidió que aquellos que estuviesen interesados se pusieran en contacto con los profesores de la asignatura. Ante el gran número de solicitudes recibidas, los profesores de la asignatura analizaron las cuentas que ya gestionaban cada uno de los candidatos y se procedió a la selección de los alumnos que desempeñarían las labores de gestión de

cada una de las cuentas de las redes sociales. Para ello, se seleccionaron teniendo en cuenta tanto la calidad de los contenidos de cada cuenta como la popularidad de los solicitantes. Tras la selección de los alumnos gestores de las cuentas se les envió un mail en el que se les indicaba tanto los derechos como las obligaciones que adquirirían siendo gestores de las cuentas de Twitter o Facebook. Además, de forma adjunta a dicho mail, los alumnos recibían un documento en el que se indicaban las fechas en las que cada uno de ellos iba a ser el gestor de la cuenta de la red social correspondiente. Las fechas comprendían todo el semestre y los periodos en los que cada alumno iba a ser el gestor se establecieron en algunos casos para una semana y en otros casos llegaban a los quince días. De este modo, cada alumno conocía perfectamente el momento de inicio y finalización de su tarea como gestor de la cuenta correspondiente así como los derechos y obligaciones derivadas de ser gestor de la misma.

En líneas generales, los gestores de las cuentas de las redes sociales han actuado del siguiente modo: al comenzar el periodo en el que iban a ser gestores se ponían en contacto con los profesores de la asignatura para que les informaran sobre el contenido de la sesiones, tanto de teoría como de práctica, que iban a tener lugar esa semana para comunicarlo posteriormente en las redes sociales y que así todos los alumnos estuvieran correctamente informados y pudieran preparar o revisar con antelación el material que se iba a explicar en la sesiones de cada semana. Asimismo, si los profesores creían conveniente dar alguna información relevante lo comunicaban al gestor correspondiente para que procediera a anunciarlo en las redes sociales. No obstante indicar que aquellos asuntos de especial relevancia en la asignatura, como fechas de entrega de actividades prácticas o de exámenes parciales, además de ser oportunamente anunciados en clase y en las redes sociales, también eran anunciados a través de la plataforma **blackboard**, de modo que todos los alumnos podían acceder a esta información aunque no fuesen usuarios habituales de las redes sociales. Del mismo modo, en algunas ocasiones también se han utilizado las redes sociales para lanzar breves cuestiones a los alumnos para que indicaran sus preferencias, por ejemplo, en relación al establecimiento de fechas de entrega de algunas actividades prácticas.

La experiencia ha sido muy positiva, tal y como se desprende de las respuestas de una **encuesta** realizada a los alumnos al final de la asignatura. Destacar que los alumnos consideran que la gestión de las cuentas de las redes sociales (Twitter y Facebook) ha sido la adecuada y que el hecho de que hayan sido gestionadas por los propios alumnos favorece (según los alumnos encuestados) una mayor libertad de expresión. Desde el punto de vista de los responsables académicos de la asignatura también consideramos que esta actividad ha resultado muy exitosa.