

# Aplicación de Twitter como herramienta de aprendizaje colaborativo en la enseñanza universitaria

Daniel Belanche Gracia, Carlos Flavián Blanco y Miguel Guinalú Blasco.

Facultad de Economía y Empresa, Universidad de Zaragoza.

## 1. Objetivos y contexto académico

La adaptación de las titulaciones universitarias al nuevo Espacio Europeo de Educación Superior exige un importante cambio en la metodología docente utilizada. El objetivo general de este proyecto es el de contribuir a la renovación de los procesos pedagógicos y la calidad del aprendizaje mediante la implantación de Twitter en base al aprendizaje colaborativo en red. El uso de Twitter (<http://www.twitter.com>) en el sector educativo se está extendiendo, si bien en estos momentos su grado de implantación como apoyo a la docencia es reducido.

El proyecto para la implantación de Twitter se vinculó a la docencia de la asignatura *Marketing Estratégico* durante el curso 2011/12. Se trata de una asignatura de 4º de la Licenciatura de Administración y Dirección de Empresas de la Universidad de Zaragoza, que se impartirá en el Grado de Dirección de Marketing e Investigación de Mercados. Marketing Estratégico es una asignatura con una larga trayectoria en el uso de nuevas tecnologías, en especial, con el apoyo del Anillo Digital Docente.

A un nivel más específico, los objetivos del presente proyecto han sido los siguientes: contribuir a la evaluación continua del alumno, fomentar el aprendizaje colaborativo, apoyar la tutorización presencial, y fomentar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación entre los alumnos.

## 2. Metodología docente utilizada

La Tabla 1 recoge las principales etapas, actividades y consejos del proyecto que se ha llevado a cabo.

**Tabla 1. Principales etapas del proyecto, actividades y consideraciones a tener en cuenta**

Etapa	Actividades	Consejos a tener en cuenta
1. Creación de la cuenta en Twitter	a. Creación de un perfil de Twitter para la asignatura donde se va a desarrollar el proyecto.	-Utilizar un nombre e imagen de perfil que permita identificar claramente la asignatura. -Decidir el grado de apertura a no-alumnos.
2. Formar e informar a los participantes	a. Dar a conocer la creación de esta cuenta y los detalles de cómo se va a desarrollar el proyecto. b. Llevar a cabo una sesión de formación para que los alumnos conozcan Twitter	- Considerar el impacto que tendrá el proyecto para la programación y evaluación de la asignatura. - Decidir sobre la voluntariedad de la participación y la posible creación de cuentas de alumnos para uso específico de la actividad.
3. Vinculación y seguimiento	a. Conseguir que los alumnos sigan la cuenta de la asignatura. b. Establecer la vinculación entre los alumnos y las cuentas de usuario de Twitter para facilitar su seguimiento.	- Insistir durante la sesión de formación y los primeros días de clase para que los alumnos sigan la cuenta. -Registrar tweets desde el primer día y considerar la posibilidad de evaluar a usuarios y vincularlos posteriormente a la identidad del alumno.
4. Fomentar la difusión de conocimiento	a. Crear diferentes <i>hashtags</i> para favorecer la difusión de ideas. b. Hacer un claro seguimiento en función de etiquetas, fechas y alumnos.	-Utilizar nombres claros y de fácil vinculación al temario de la asignatura para los <i>hashtags</i> . - Llevar un registro para la recogida de Tweets de forma ordenada y frecuente.
5. Evaluar la actividad	a. Evaluar cantidad y calidad de tweets. b. Crear un premio al mejor tweet por votación entre alumnos. c. Evaluar la opinión de los participantes y la mejora en sus competencias	- Decidir la puntuación asignada a esta actividad. - Combinar evaluación por parte de los profesores con evaluación entre iguales. - Estudiar posibles mejoras en la aplicación del proyecto.

### **3. Tecnologías usadas**

Este proyecto se apoya en el uso de Twitter que se está afianzando como una valiosa y a veces imprescindible red de comunicación directa y concisa (revolución mundial con tan sólo 140 caracteres). Su crecimiento en los últimos años es extraordinario tanto en el ámbito privado como en el profesional. Entre las numerosas ventajas de Twitter destacan su gratuidad, su accesibilidad a través de cualquier dispositivo con conexión a Internet en cualquier lugar del mundo, su flexibilidad para adaptarse y combinarse con diferentes formatos audiovisuales (vídeo, noticias, etc.) y su capacidad para conectar y difundir conocimiento de forma abierta entre diferentes personas con intereses comunes.

Cabe señalar que para el seguimiento de los *hashtags* los profesores tuvieron que usar buscadores especializados (como <http://snapbird.org/>), dado que en aquel momento Twitter no permitía obtener información de contenidos con una antigüedad superior a 7 días. En estos momentos no sería necesario.

Finalmente, las actividades desarrolladas se apoyaron en el Anillo Digital Docente y en Google Drive, ambas herramientas de carácter gratuito y conocidas por el alumnado. Además, algunas aclaraciones iniciales sobre el uso de Twitter tuvieron que ser resueltas a través de medios alternativos como el correo electrónico.

### **4. Carácter innovador**

La innovación principal del proyecto tenía su origen en la utilización de una poderosa herramienta tecnológica. Twitter apenas está siendo utilizado como herramienta docente en los estudios superiores. Una de las novedades de este proyecto radica en que la aplicación de esta herramienta permite que las tareas docentes atiendan las costumbres y demandas de la sociedad actual, particularmente entre los jóvenes de 21 a 24 años que mayoritariamente cursaban la asignatura Marketing Estratégico.

Por otro lado, las características propias de este servicio tales como la ubicuidad, el uso continuado en el tiempo, la asociación con aspectos lúdicos o los efectos de red resultan de gran utilidad para poder cumplir con objetivos docentes innovadores, tales como el fomento del aprendizaje colaborativo, la evaluación continua, la mayor implicación del alumnado y la interacción con el profesorado.

Las distintas características del proyecto apoyan la consecución de un gran número de las competencias de las Memorias de Grado. Concretamente Twitter permite la comunicación continuada a través de mensajes individuales breves que son comentados y evaluados por otros (alumnos y profesores), favoreciendo las habilidades del alumno, especialmente la capacidad de síntesis y la presentación de ideas sujetas a debate. El proyecto también fomenta el uso de las TIC, concretamente de Twitter como red social de información, lo que favorece competencias de conocimiento, análisis e innovación tales como la capacidad para la búsqueda y análisis de información, la creatividad o la capacidad de aplicar las TIC en el marketing.

No podemos olvidar que Twitter está siendo muy utilizado en el sector empresarial. Así pues, el uso de esta herramienta representa un refuerzo de los aspectos más relevantes estudiados a lo largo de la asignatura y, a su vez, instruye de forma práctica a los futuros gestores de marketing y empresa.

### **5. Mejoras obtenidas en el aprendizaje de los alumnos**

El número de alumnos que participó activamente en la actividad fue de 42, lo cual representa un 47,7% respecto de los 88 alumnos que siguieron la asignatura. Este porcentaje puede considerarse muy elevado puesto que la penetración de Twitter en jóvenes de 20 a 24 años en 2012 se situaba en torno al 20%. Se recogieron un total de 233 tweets válidos que se distribuyeron de forma estable en las cuatro temáticas. Cada uno de estos mensajes fue evaluado por los profesores de la asignatura. La puntuación media sobre 10 de estos mensajes fue de 5,80. Al final del cuatrimestre se realizó un proceso abierto de votación entre los propios alumnos. El autor del tweet más votado recibió la máxima valoración en la actividad y la redifusión del mensaje como ganador. Los participantes obtuvieron una calificación final media en la asignatura de 7,05 (5,35 para el resto de alumnos), siendo el 95% de este grupo aprobados (resto de alumnos 75,5%).

En el curso posterior (2012/2013) se realizó una encuesta online voluntaria al final del periodo de participación con una respuesta de 20 alumnos. Los resultados indican que los alumnos que participaron en la actividad están claramente más satisfechos con la asignatura. También tienen un mayor grado de motivación con la asignatura respecto a los alumnos que no participaron en la actividad. En relación a la adquisición de habilidades los alumnos que participaron en la actividad afirman haber aprendido a sintetizar ideas, mejorar sus conocimientos en marketing estratégico y conocer técnicas aplicadas por las empresas. Los participantes describen la actividad como divertida, fácil, participativa y motivadora. Las puntuaciones son algo inferiores para aspectos como el uso de este proyecto para fomentar la colaboración o como herramienta de evaluación. Los alumnos están satisfechos con esta actividad y perciben que gracias a la misma existe una mayor implicación del profesor y un mayor contacto con el profesor. Además les gustaría volver a participar en este tipo de proyectos, también en otras asignaturas.

## **6. Sostenibilidad y transferibilidad de la actuación**

Durante el curso 2012/13 el proyecto ha vuelto a implantarse en la misma asignatura con algunos ligeros cambios y en próximos cursos está prevista la continuación y mejora del proyecto, incluyéndose el mismo en la Guía Docente de la asignatura.

Dada la flexibilidad que representa una plataforma como Twitter, cabe pensar que el presente proyecto pueda implantarse en materias de diversa índole, particularmente, pero no de manera exclusiva creemos que este proyecto podría aplicarse en los siguientes casos:

- Asignaturas con una elevada vinculación con el uso de las TIC, especialmente en materias de último curso o donde se estudia la aplicación de las redes sociales en comunicación y el marketing.
- Asignaturas en las que se quiera fomentar la reflexión y el debate sobre un asunto concreto, o aquellas donde se quiera medir la valoración y el apoyo que tienen las alternativas propuestas.
- Asignaturas con evaluación continua, especialmente aquellas donde sea fundamental la contribución continuada de los alumnos en el proceso de aprendizaje del grupo.
- Estudios semipresenciales donde Twitter podría solventar la falta de interacción presencial entre el profesor y los alumnos, y particularmente entre los propios alumnos.

## **7. Conclusiones obtenidas en todo el proceso**

Este proyecto trata de sacar el máximo partido a las ventajas que ofrece Twitter para favorecer los objetivos docentes, especialmente en lo que se refiere en la adquisición de competencias por parte de los alumnos. Así pues, el principal objetivo del proyecto es contribuir a la renovación de los procesos pedagógicos y la calidad del aprendizaje mediante la aplicación de Twitter en la docencia universitaria, lo que supone una apuesta clara por el aprendizaje colaborativo a través de redes sociales.

La iniciativa ha sido un éxito en términos de tasas de aceptación, nivel de participación de los alumnos e impacto en sus resultados académicos. Mediante diversos indicadores hemos comprobado que este proyecto mejora la satisfacción y la motivación de los alumnos con la asignatura. Además, los alumnos participantes perciben que han mejorado algunas de sus competencias de conocimiento, análisis e innovación; perciben Twitter como una herramienta sencilla, participativa y divertida que aumenta su motivación e interés, y que favorece la adquisición de conocimientos. También les gustaría volver a participar en este tipo de iniciativas docentes en su durante su proceso de formación.

En virtud de estos resultados, se prevé continuar con esta actividad y fomentar su aplicación en otras asignaturas. Este trabajo también pretende servir de guía para que el uso de Twitter como herramienta docente pueda extenderse de forma generalizada a otros ámbitos de la docencia universitaria, en función de las necesidades y características de las diferentes disciplinas.