

Las redes sociales: un espacio más para la educación superior



Social networking: a new field for higher education

Amaia Arroyo Sagasta | Profesora especializada en la aplicación de las TIC en la educación e investigadora sobre entornos digitales de educación | @amaiaarroyo

RESUMEN

Los avances tecnológicos tienen influencia en todos los ámbitos de nuestra vida. En los últimos años, se ha hablado mucho de cómo el desarrollo de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) está favoreciendo cambios en toda nuestra vida. Dentro de las tecnologías de la información y la comunicación, las redes sociales han sido las que, en una mayor medida, han abierto un espacio de comunicación muy importante. Parece que las redes sociales han supuesto un cambio radical, pero su concepto no es algo nuevo: los grupos y comunidades son algo que siempre ha habido. ¿Qué es lo que ha cambiado? ¿En qué nos pueden ayudar las redes sociales de Internet? ¿Se pueden utilizar con un fin educativo?

Palabras clave

Redes sociales, tecnología, TIC, educación, educación superior

ABSTRACT

Technological advances have influence in all areas of our life. In recent years, much has been made of how the development

of information technology and communication (ICT) is promoting changes in all our lives. Within the information technology and communication, social networks have been those which, to a greater extent, have opened a space for important communication. It seems that social networks have been a radical change, but its concept is not new: the groups and communities are something that always has existed. What has changed? How we can help social networking sites? Can they be used with an educational purpose?

Keywords

Social networking, technology, ICT, education, higher education

LAS REDES SOCIALES NO SON ALGO NUEVO

Marx afirma que "la esencia humana no es algo abstracto e inmanente a cada individuo. Es, en su realidad, el conjunto de relaciones sociales" (1). En esta cita, Marx subraya la esencia social del ser humano.

Tomando como base esta afirmación, que podríamos extrapolar a la importancia de la identidad social de las personas, es interesante

reflexionar sobre las distintas concepciones que han tenido lugar sobre la esencia social de las personas.

Según explica la Wikipedia, para Aristóteles (2), "el hombre es un animal social [zoon politikon] que desarrolla sus fines en el seno de una comunidad". Tomando en cuenta que el fin más importante para este filósofo es la felicidad, entendemos que Aristóteles defiende que la felicidad se consigue en una comunidad; es decir, socialmente. Esto quiere decir que las personas, ante todo, somos sociales y necesitamos de los demás para conseguir aquello que deseamos. Es, desde nuestro punto de vista, una concepción positiva de la esencia social del ser humano. Hobbes (3), a su vez, defiende una concepción positiva de la esencia social de las personas, pero desde la perspectiva organizativa y, por lo tanto, colectiva. Para él, el contrato social surge cuando las personas renuncian o transfieren su derecho a un poder absoluto para que garantice la paz (Wikipedia). Eso no implica negar la importancia de la identidad social del ser humano, sino todo lo contrario. Somos seres sociales y el contrato social refleja tanto la esencia social como el deseo de participar en la comunidad y, mediante la organización correspondiente, luchar por la consecución de los fines individuales y colectivos.

Podemos afirmar que estas dos concepciones

son complementarias: la primera tiene una perspectiva individual y la segunda hace referencia a una visión colectiva. Lo que realmente es importante es que las personas somos seres sociales y, como tales, **desarrollamos una identidad acorde con nuestra esencia: una identidad social.**

Si "la identidad es la relación que cada entidad [persona] mantiene consigo misma" (4), la identidad social hace referencia a la relación de la persona con la comunidad o el grupo social al que corresponde.

Originalmente, Tajfel define la identidad social como "la parte del autoconcepto del individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo social [o grupos sociales] junto con el significado emocional y valorativo asociados a dicha pertenencia" (5). Relacionado con la tesis de Tajfel, y como explica Giménez, nuestra identidad social condiciona en gran medida nuestra identidad personal (6). Pongamos el ejemplo de Simmel, que cita Giménez: "El hombre moderno pertenece en primera instancia a la familia de sus progenitores; luego, a la fundada por él mismo, y por lo tanto, también a la de su mujer; por último, a su profesión que ya de por sí lo inserta frecuentemente en numerosos círculos de intereses [...]. Además, tiene conciencia de ser ciudadano de un Estado y de pertenecer a un determinado estrato social. Por otra parte puede ser oficial de reserva, pertenecer a un par de asociaciones y poseer relaciones sociales conectadas, a su vez, con los más variados círculos sociales...".

En este ejemplo podemos ver cómo un hombre pertenece a varios grupos sociales. Su identidad personal se forja a partir de ellos, ya que su no pertenencia a alguno de ellos la cambiaría. Esto nos lleva a pensar que la identidad personal es subordinada a la identidad social, que, a su vez, está condicionada por las relaciones sociales de la persona. Por lo tanto, podríamos decir que las relaciones sociales forjan la identidad social, que tiene un papel muy importante en la definición y la constitución de la identidad personal. Son la base sobre la que construimos nuestra identidad. De ahí la gran importancia de la identidad social. Tomando en cuenta nuestra esencia social, la identidad social no sólo tiene importancia en la sociedad actual, sino que

siempre la ha tenido.

Como hemos argumentado más arriba, la identidad social de las personas es afín a las relaciones sociales que mantengan y, concretamente, a su **pertenencia a grupos o comunidades.** Para reflexionar acerca de la evolución de la identidad social, es imprescindible obviar que las relaciones sociales, y por lo tanto los grupos y las comunidades, están totalmente condicionadas por las características de la sociedad en las que se dan. Por ello, la evolución de la identidad social es acorde a la evolución de la sociedad, propiamente dicha.

Castells (7) explica que la historia de las redes sociales, y por lo tanto de las relaciones sociales y los grupos o comunidades, es permanente. Arguye que "en términos de estructura social, los arqueólogos y los historiadores de la antigüedad han reiterado convincentemente que los datos históricos muestran la permanencia y la relevancia de las redes como espina dorsal de las sociedades, desde hace miles de años, en las civilizaciones antiguas más avanzadas de diferentes regiones del planeta". Esto afirma la tesis de que la importancia de la identidad social no es algo moderno, y, por lo tanto, tampoco **las redes sociales.**

Cuando hablamos de redes sociales hoy en día, nos vienen a la cabeza Facebook, Twitter, LinkedIn... pero debemos ser conscientes de que el término hace referencia a la esencia, no al medio por el cual se utiliza. Facebook, Twitter, LinkedIn... pueden ser modernas y actuales, pero no son más que un medio para referirnos a un acto comunicativo de una comunidad o un grupo. No son el fin, sino el medio.

¿LAS REDES SOCIALES PUEDEN TENER UN FIN EDUCATIVO?

A menudo, cuando hablamos de educación, olvidamos que el acto de aprender tiene una gran influencia comunicativa: ¿se puede aprender sin comunicar? ¿Es posible aprender en soledad? ¿Es la participación comunicativa algo fundamental en el proceso de aprendizaje? Kaplún (8) subraya la importancia de una pedagogía de la comunicación, y resalta la importancia de la comunicación participativa en los procesos de aprendizaje. En realidad, es una expresión más del constructivismo social, matizado por el

poder de los medios.

Las redes sociales de Internet multiplican enormemente la capacidad de comunicación: por un lado, generalmente, tienen un modelo comunicativo horizontal, que posibilita la conexión y la participación entre iguales; y, por otro lado, estas redes digitales rompen con el esquema espacio-temporal, lo cual permite extender el acto comunicativo más allá de los límites físicos.

Dicho esto, las redes sociales como Facebook o Twitter pueden ser un medio muy adecuado para crear, consolidar y alimentar grupos o comunidades de aprendizaje. Asimismo, favorecen una cultura participativa, que es una cultura con barreras relativamente bajas a la expresión artística y el compromiso cívico, fuerte apoyo a la creación y distribución de contenidos propios y algún tipo de mentoría informal desde la que lo que sabe la gente con más experiencia pueda ser transmitido a los nuevos. Una cultura de la participación también es aquella en la que los miembros creen que sus contribuciones importan y sienten algún grado de conexión social los unos con los otros. Las culturas participativas cambian el foco de la alfabetización desde la expresión individual a la implicación colectiva (9). Por lo tanto, la pregunta adecuada no es si las redes sociales pueden tener un fin educativo, sino qué podemos hacer para explotar las posibilidades educativas de las redes sociales. Para encontrar esa pieza del puzzle, debemos tener en cuenta las posibilidades que nos ofrece:

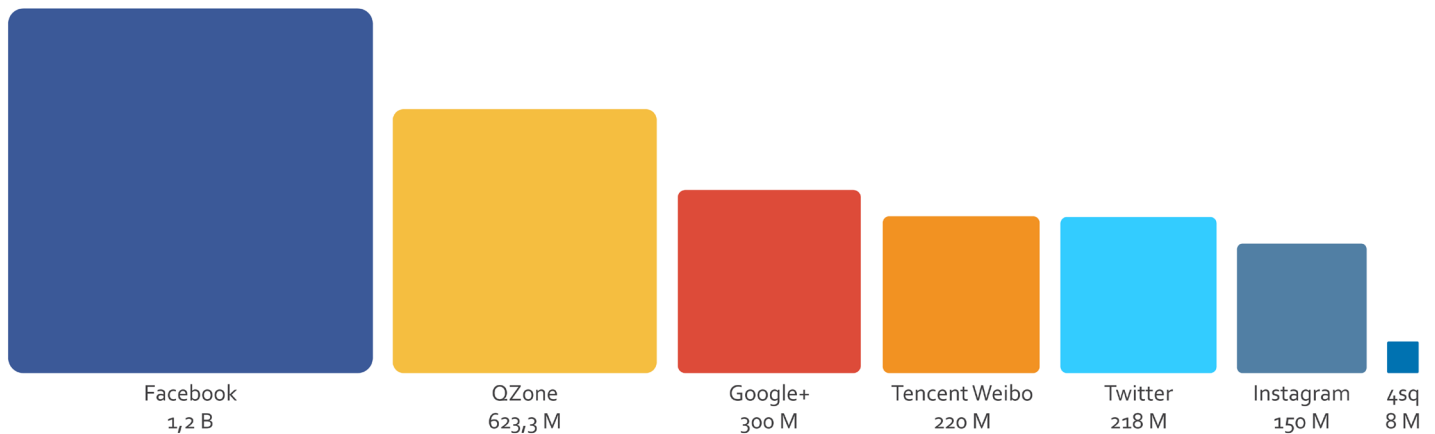
- Las redes sociales responden a la **esencia social** del ser humano: nos permite conectar con más personas y ampliar nuestro círculo social para vivir y compartir experiencias para aprender.
- Las redes sociales nos permiten crear, consolidar y alimentar **grupos o comunidades**: la pertenencia a esos grupos nos permite aprender con y de las demás personas, compartir para aprender.
- Las redes sociales nos permiten **comunicar** más allá de nuestro entorno físico: nos da la oportunidad de extender el aprendizaje y romper las cuatro paredes del aula.

Como conclusión, podemos decir que las redes sociales pueden ser **un espacio más para la educación.**

En el caso de la educación superior, la experiencia puede ser aún más enriquecedora,

SOCIAL MEDIA OF THE WORLD

Monthly Active Users - January 2014



credits: Vincenzo Cosenza vincos.it

licence: CC-BY-NC

source: official docs

ya que la madurez del alumnado amplía la implicación en el proceso de aprendizaje y, por lo tanto, las posibilidades de aprender. Históricamente, la universidad ha considerado el conocimiento como algo estanco, clásico, difícil de cambiar; parafraseando a Bauman (10), podemos decir que la universidad considera el conocimiento como algo sólido. Pero los tiempos están cambiando. La incertidumbre, la capacidad de adaptación, la cultura participativa... están convirtiendo el conocimiento en algo líquido, algo cambiante, algo inacabado. El término Lifelong learning está cada vez más a la orden del día, y la universidad debe preparar a su alumnado para aprender a lo largo de la vida. ¿Dónde aprender? ¿Cómo aprender? Las respuestas pueden ser múltiples; pero, tomando en cuenta nuestra esencia social y nuestra tendencia a aprender más y mejor comunicándonos en grupos y comunidades, podemos afirmar que la solución pasa por generar conocimiento en grupo y utilizar herramientas que favorezcan

conexiones. Ahí puede estar el fin educativo de las redes sociales, como aliadas del aprendizaje a lo largo de la vida.

BIBLIOGRAFÍA

1. Sánchez, A. (2003): *Filosofía de la praxis*. Siglo XXI editores, Barcelona.
2. Wikipedia [Internet]. Aristóteles [citado 31 de marzo de 2014]. Disponible en <http://es.wikipedia.org/wiki/Aristoteles>
3. Wikipedia [Internet]. Hobbes [citado 31 de marzo de 2014]. Disponible en http://es.wikipedia.org/wiki/Thomas_Hobbes
4. Robert Audi, ed., «identity» (en inglés), *The Cambridge Dictionary of Philosophy* (2nd Edition), Cambridge University Press. Citado en Wikipedia [Internet]. *Identidad (filosofía)* [citado 31 de marzo de 2014]. Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Identidad_\(filosofía\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Identidad_(filosofía)).
5. Peris, R. y Agut, S. *Evolución conceptual*

- de la Identidad Social. El retorno de los procesos emocionales. *Revista electrónica de motivación y emoción* [Internet]. 2007 [citado 31 de marzo de 2014]. 10(26-27). Disponible en <http://reme.uji.es/articulos/numero26/article2/article2.pdf>
6. Giménez, G. (1997): *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM. [citado 11 de marzo del 2014]. Disponible en http://docentes2.uacj.mx/museodigital/cursos_2008/maru/teoria_identidad_gimenez.pdf
7. Castells, M. *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial. 2009.
8. Kaplún, M. *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre. 1998.
9. Piscitelli, A., Adaime, I. y Binder, I. *El proyecto Facebook y la posuniversidad*. Barcelona: Editorial Ariel. 2010.
10. Bauman, Z. (2007): *Tiempos líquidos. Vivir en una época de incertidumbre*. Barcelona: Tusquets Editores. 2007 □