

# La red social *Twitter* como herramienta educativa: una experiencia con una asignatura a través del inglés

## Twitter as a teaching tool: the experience in an EMI course

Elisa Baraibar-Diez, María D. Odriozola, Adela Sánchez Santos, Concepción López Fernández, Ignacio Llorente, José Luis Fernández

Elisa.baraibar@unican.es, odriozolamd@unican.es, adela.sanchez@unican.es, concepcion.lopez@unican.es, llorenteij@unican.es, fernandezjl@unican.es

Departamento de Administración de Empresas  
Universidad de Cantabria  
Cantabria, España

**Resumen-** ¿Puede la red social *Twitter* ayudar a fomentar la comunicación, la participación y las competencias lingüísticas en inglés de los estudiantes? Esta contribución, materializada en un proyecto de innovación docente, refleja la experiencia de la creación de un perfil de *Twitter* en dos asignaturas impartidas en los Grados en Administración de Empresas (GADE) y en Economía (GE) de la Universidad de Cantabria, una de ellas a través del inglés. El análisis de las encuestas facilitadas antes y después del cuatrimestre a los estudiantes no refleja resultados muy favorables con relación al uso de la red social, a pesar de las funcionalidades que presenta como herramienta educativa. Aunque las valoraciones de los estudiantes que han interactuado con el perfil de *Twitter* presentan valores superiores, no se observan mejoras en la percepción tras el proyecto de innovación docente.

**Palabras clave:** *redes sociales, Twitter, EMI, English Medium Instruction.*

**Abstract-** Can the social network Twitter help enhance communication, participation and language skills in English of students? This contribution, materialized in a teaching innovation project, reflects the experience of creating a twitter profile in two courses taught in the Degrees in Business Administration and in Economics of the University of Cantabria, one of them an EMI course. The analysis of the surveys provided before and after the course do not show very favorable results regarding the use of the social network, despite the functions we believe it presents as an educational tool. Although the ratings of the students who have interacted with the Twitter profile present higher results, there are no improvements in the perceptions after the teaching innovation project.

**Keywords:** *social media, Twitter, EMI, English Medium instruction.*

### 1. INTRODUCCIÓN

Las experiencias del uso de *Twitter* en el ámbito educativo son cada vez más numerosas y su capacidad didáctica está poniéndose a prueba en todos los niveles de aprendizaje, desde cursos de primaria y secundaria hasta el contexto universitario. El empleo de redes sociales está íntimamente relacionado con el papel y la trascendencia que tienen hoy en día las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), algo en lo que las

metodologías docentes, como en otros aspectos de la sociedad, ha tenido que integrarse. La mayoría de los recursos e iniciativas disponibles sobre el uso de *Twitter* se encuentran en blogs educativos y están relacionados con áreas como la historia, la filosofía o la literatura. En el entorno universitario, estas iniciativas tampoco son nuevas (Romero, 2012) y está demostrado que pueden favorecer el proceso de enseñanza-aprendizaje (Martínez-Rodrigo y Raya-González, 2013; Abella García y Delgado Benito, 2015; Rodríguez y Restrepo, 2015). En un entorno donde los usuarios son considerados como *nativos digitales*, utilizar redes sociales y en especial la red de *microblogging Twitter* puede mejorar la comunicación en el aula y la comprensión de la información impartida por el profesor. El uso de *Twitter* no responde a una metodología docente concreta, ya que sirve como herramienta para facilitar el diseño del proceso de enseñanza-aprendizaje y la aplicación de muchas metodologías docentes. Para citar algunos ejemplos, sirve para 1) reforzar contenidos aplicados en sesiones de teoría o práctica guiadas, 2) fomentar la aplicación de prácticas autónomas como los foros de discusión o la resolución de problemas, y finalmente 3) puede facilitar la incorporación de metodologías innovadoras como la gamificación o la ludificación, incorporando la estructura del juego/concurso como medio de aprendizaje. El objetivo de esta aportación es describir cómo ha sido la experiencia en la creación de un perfil de *Twitter* para dos asignaturas de emprendimiento y empresa familiar (una de ellas impartidas a través del inglés) del Departamento de Administración de Empresas de la Universidad de Cantabria y conocer la valoración de los estudiantes acerca de *Twitter* como herramienta educativa. Para abordar este último objetivo, se ha llevado a cabo una investigación cuasi-experimental, en la que los alumnos han valorado la red social y sus características antes y después de la experiencia con el perfil de *Twitter* en el contexto de la asignatura.

### 2. CONTEXTO

La idea de utilizar *Twitter* como herramienta educativa y materializarlo como proyecto de innovación docente se genera por la experiencia personal de una de las promotoras del

proyecto, que detecta que al impartir docencia a través del inglés, muchos alumnos no interiorizan la información importante durante la clase, principalmente debido a su falta de comprensión oral. La potencialidad de las redes sociales, en este caso la potencialidad de la red social *Twitter*, puede servir como herramienta docente ya que a través de ella se puede incidir en determinados conceptos, compartir píldoras informativas y también recordar determinadas tareas de una forma concisa y directa, sin necesidad de que los alumnos entren en el aula virtual (el usuario de *Twitter* suele tener la aplicación en su dispositivo móvil y suele activar las notificaciones). *Twitter* permite aprovechar la predisposición positiva que tienen los estudiantes con las redes sociales, y que es clave para su incorporación en el aula. El contenido de las asignaturas impartidas (*Creation of Companies and Family Business* y *Creación de Empresas y Empresa Familiar*) y la forma en que están estructuradas permite aprovechar muchas funcionalidades de *Twitter*:

- Permite interactuar continuamente con los alumnos, recordándoles por ejemplo fechas de las entregas parciales de los trabajos que tienen que desarrollar o fechas de las presentaciones de los proyectos.
- Permite generar un compromiso con los estudiantes. Aunque todos los alumnos tienen la opción de alcanzar la máxima puntuación sin utilizar la red social, se les incentiva con algo de puntuación extra para que se sientan más motivados
- Permite generar interacciones y *networking*, citando perfiles de invitados al aula y agradeciéndoles su colaboración.
- Permite compartir últimas noticias de manera casi inmediata sobre temas relacionados con el emprendimiento y la empresa familiar: entradas de blogs, eventos y premios, noticias, etc.
- El uso de *hashtags* (etiquetas) para seguir conversaciones sobre una temática determinada también es útil para categorizar los mensajes, de manera que la información relativa a cada clase se etiqueta numerando las sesiones: #ccfbday1, #ccfbday2, etc.

#### A. Objetivos

La creación de perfiles de *Twitter* en las asignaturas mencionadas tiene como finalidad:

- Retener la atención del estudiante y fijar conocimientos. A través de un *tweet*, se pueden resaltar aquellos aspectos o conceptos importantes que se han visto ese día, así como adelantar conceptos para la clase inmediatamente siguiente.
- Reforzar conocimientos a través de la difusión de enlaces a contenidos de interés (noticias, artículos, experiencias de emprendedores o empresarios...)
- Mantener una comunicación más directa sin necesidad de entrar en el aula virtual. No obstante, al no ser obligatorio para el alumno disponer de un perfil en Twitter e interactuar con el perfil de la asignatura, no se utiliza la herramienta Twitter para sustituir las comunicaciones emitidas por el aula virtual, sino para complementarlas y reforzarlas.

- Mejorar la implicación del estudiante en la presentación de los proyectos de negocio y de los análisis de las empresas familiares.

### 3. DESCRIPCIÓN

La implantación del proyecto docente se ha dirigido a estudiantes de dos asignaturas, una de ellas impartidas a través del inglés: *Creation of Companies and Family Business* y *Creación de Empresas y Empresa Familiar*. Entre las dos asignaturas, hay un total de 104 matriculados y 95 participantes en la evaluación continua (la diferencia son estudiantes de movilidad saliente).

El proyecto ha constado de tres etapas. En primer lugar, se ha diseñado la encuesta de valoración “pre-proyecto” y se ha facilitado a los estudiantes. Los estudios previos de *Twitter* en el ámbito de la enseñanza universitaria carecen de cuestionarios base para medir la valoración de los estudiantes acerca de *Twitter*, de manera que las preguntas se han planteado *ad hoc* para este proyecto. Las preguntas de esta encuesta se presentan en la Tabla 1. La encuesta fue respondida de manera *online* por 42 estudiantes (24 mujeres y 18 hombres) de ambas asignaturas, que suponían el 44,2% de los estudiantes que participaban en la evaluación continua.

#### Tabla 1

##### Encuesta de valoración pre-proyecto

**Información personal** (edad, género, país de origen, universidad, perfiles en redes sociales, disposición a crear un perfil de Twitter para interactuar en el curso)

##### Afirmaciones sobre Twitter (grado de acuerdo o desacuerdo)

- Un tweet del profesor puede resaltar algo visto en clase (fechas de entrega de los proyectos, palabras clave, etc.)
- Twitter es una herramienta que me ayuda a relacionarme mejor con el profesor y otros compañeros
- Un tweet permite reforzar los conocimientos a través de enlaces o contenidos de interés
- Twitter me permite interactuar y hacer networking con empresarios y emprendedores
- Twitter es una herramienta más rápida para compartir información sobre la asignatura
- Me parece bien tener incentivos (por ejemplo puntos extra) para involucrarme en el uso de Twitter

##### Opiniones sobre Twitter (grado de acuerdo o desacuerdo)

- Creo que Twitter mejorará la comprensión de la asignatura
- Creo que Twitter mejorará mis habilidades comunicativas
- Creo que Twitter mejorará mi nivel de compromiso o implicación en la asignatura
- Creo que Twitter me ayudará a obtener *feedback* de mi proyecto y conectar con mi público objetivo
- Creo que Twitter es una buena herramienta educativa

En segundo lugar, se ha gestionado el perfil de la red social Twitter (@CCFB\_UC) durante el segundo cuatrimestre del curso 2018/2019. Los *tweets* emitidos por los profesores de la asignatura se han utilizado para fomentar y reforzar la comunicación con los estudiantes. Se comenzó con un *tweet* de bienvenida citando a la Universidad de Cantabria (Figura 1). También se ha utilizado para recordar fechas importantes en el transcurso de la asignatura (entregas, formación de grupos, eventos...) (ver ejemplos en los *tweets* de la Figura 2 y de la Figura 3), para compartir enlaces interesantes relacionados a la

teoría vista en clase (ver ejemplo en el tweet de la figura 4), para compartir las infografías relacionadas con los proyectos de los alumnos (ofreciendo puntuación extra a aquellos proyectos que alcanzasen una mayor interacción en términos de *retweets* o me gusta) (ver ejemplo de *tweet* en la Figura 5), para reforzar y felicitar por el trabajo realizado en el aula (ver ejemplo en la Figura 6) y finalmente, para comunicarse con invitados – empresarios familiares, consultores y emprendedores - que han impartido algún seminario durante el curso (ver ejemplos en los *tweets* de la Figura 7 y de la Figura 8). Para intentar favorecer la atracción de los estudiantes, se han intentado incluir las herramientas disponibles en *Twitter* que incrementan el *engagement* por parte de la audiencia, como GIFs, por ejemplo. En el momento de compartir momentos protagonizados por los propios estudiantes, se optó por difuminar brevemente las fotografías de la clase en la que aparecieran estudiantes (a pesar de que informalmente se les pidiera permiso para subir el contenido), procurando evitar su reconocimiento.

 **Creation of Companies and Family Business** @CCFB\_UC · 4 feb.  
Hey there! Are you using Twitter? Welcome to a new edition of the course Creation of Companies and Family Business in @unican! Let's begin!  
④ Traducir Tweet

0 0 2 0

**Figura 1**

*Tweet de bienvenida compartido en el perfil de Twitter*

 **Creation of Companies and Family Business** @CCFB\_UC · 5 feb.  
Remember to form your team! You will start working on your own project on Monday! #CCFBDay2  
④ Traducir Tweet

0 0 2 0



**Figura 2**

*Tweet compartido en el perfil de Twitter para recordar la formación de grupos*

 **Creation of Companies and Family Business** @CCFB\_UC · 18 feb.  
You will test several variables of your product/service today and tomorrow and receive important feedback // Recuerda tomar nota del feedback a la hora de testar tu producto/servicio hoy y mañana #CCFBDay5 #testingyourproduct #feedback  
④ Traducir Tweet

0 0 3 0

**Figura 3**

*Tweet compartido en el perfil de Twitter para recordar determinadas tareas*

 **Creation of Companies and Family Business** @CCFB\_UC · 12 feb.  
Remember to target your market wisely #CCFBDay4. Take a look at this! #needs + #funnelapproach + #data  
How Entrepreneurs Pick a Target Market via @smallbiztrends  
④ Traducir Tweet



**How Entrepreneurs Pick a Target Market**  
As an entrepreneur, you haven't got the time or money to pursue all customers in your market simultaneously. You need to pick a target market  
smallbiztrends.com

0 0 2 0

**Figura 4**

*Tweet compartido en el perfil de Twitter para reforzar conocimientos vistos en el aula*

 **Creation of Companies and Family Business** @CCFB\_UC · 12 mar.  
Preparado para disfrutar de una de las bahías más hermosas del mundo? Ven a dar un paseo con CATACAN y ¡vive la experiencia! #CATACAN\_UC #EntrepreneurshipFair #CCFBDay12  
④ Traducir Tweet



Vive Santander, disfruta de la bahía más hermosa con:  
**CATACAN**  
Servicio turístico de paseo exclusivo a bordo de un barco catamarán.  
NO ES UN SIMPLE PASEO EN BARCO, ES UNA EXPERIENCIA ÚNICA. VEN Y VÍVELA!

0 5 48 48

**Figura 5**

*Tweet compartido en el perfil de Twitter con infografías de los proyectos de los alumnos*



Figura 6

*Tweet compartido en el perfil de Twitter durante una sesión de trabajo en grupo*



Figura 7

*Tweet compartido en el perfil de Twitter para comunicarse con invitados*



Figura 8

*Tweet compartido en el perfil de Twitter para comunicarse con invitados*

El último paso del proyecto es la valoración posterior. Así, se ha diseñado y enviado a los estudiantes la encuesta de valoración “post-proyecto” (ver Tabla 2). Las preguntas incluidas en esta encuesta son similares a las preguntas planteadas al inicio, de manera que se pueda examinar un cambio en la percepción del alumno tras el proyecto de innovación docente.

## Tabla 2

### *Encuesta de valoración pre-proyecto*

**Información personal** (edad, género, país de origen, creación de un perfil de Twitter específico para interactuar en la asignatura, formas de interacción vía Twitter: “me gusta”, “retweets”...)

#### **Afirmaciones sobre Twitter (grado de acuerdo o desacuerdo)**

- Los tweets del profesor han resaltado lo visto en clase (fechas de entrega de los proyectos, palabras clave, etc.)
- Twitter es una herramienta que me ha ayudado a relacionarme mejor con el profesor y otros compañeros
- Los tweets han permitido reforzar los conocimientos a través de enlaces o contenidos de interés
- Twitter me ha permitido interactuar y hacer networking con empresarios y emprendedores
- Twitter es una herramienta más rápida para compartir información sobre la asignatura
- Los incentivos (puntos extra) son los que me han hecho interactuar con el perfil de Twitter de la asignatura

#### **Opiniones sobre Twitter (grado de acuerdo o desacuerdo)**

- Creo que Twitter ha mejorado la comprensión de la asignatura
- Creo que Twitter ha mejorado mis habilidades comunicativas
- Creo que Twitter ha mejorado mi nivel de compromiso o implicación en la asignatura
- Creo que Twitter me ha ayudado a obtener feedback de mi proyecto y conectar con mi público objetivo
- Creo que Twitter es una buena herramienta educativa

Una vez obtenida la retroalimentación por parte de los estudiantes, se ha procedido a observar los cambios para valorar la percepción de los estudiantes antes y después de la experiencia.

## 4. RESULTADOS

El perfil de Twitter, que en la actualidad consta de 89 seguidores, se ha mantenido durante 3 meses, habiendo generado un total de 44 tweets por parte de los profesores de la asignatura. Los tweets han conseguido 48.5K impresiones en el periodo (533 impresiones por día), con una tasa de interacción del 1,8%. Se han conseguido un total de 307 retweets, 316 “me gusta” (un promedio de 3 me gusta por día) y 60 clics en enlaces. La figura 9 resume los tres últimos tweets emitidos, sus impresiones, interacciones y la tasa de interacción.

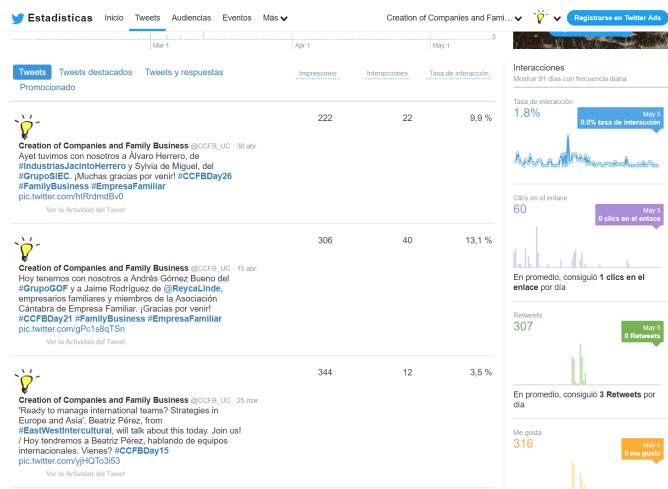


Figura 9

#### Resumen de los últimos tweets compartidos por el perfil

Una parte importante de los resultados es el análisis de la valoración de los estudiantes de la experiencia. Se realizaron encuestas al iniciar y al finalizar el curso en ambas asignaturas, en inglés y en español. La tabla 3 muestra el número de encuestas realizadas antes y después, dividiendo la muestra por género. El 44,2% de los estudiantes que siguen la asignatura realizaron la encuesta inicial (realizada online) y ese porcentaje subió al 65,3% con la encuesta final (encuesta presencial).

Tabla 3

#### Número de encuestas pre y post-proyecto

Alumnos		Encuestas	Encuestas
Matriculados	Evaluación continua	pre	post
104	95	42 (44,2%)	62 (65,3%)
	<b>Mujeres</b>	24	30
	<b>Hombres</b>	18	32

La tabla 4 muestra los resultados de los principales indicadores contenidos en las encuestas. En término de medias, se observa que la valoración de las afirmaciones y opiniones por parte de los alumnos empeora, mostrando la poca apreciación que tienen de la red social *Twitter* en el marco de una asignatura en la universidad. Las percepciones respecto a la red social antes de la experiencia han sido en general mejores que sus valoraciones posteriores. Para eliminar el sesgo que pudieran tener aquellos estudiantes que no han interactuado con la red social, se ha calculado la media de los estudiantes que si han participado (bien con retweets, me gusta o citando el perfil de la asignatura en sus tweets). Estas puntuaciones aparecen en la Tabla 4 entre paréntesis. A pesar de que estas valoraciones son siempre mejores que considerando el conjunto de estudiantes, la valoración media de la red social tampoco mejora considerando el antes y el después de la experiencia, exceptuando las afirmaciones “*Twitter* es una herramienta más rápida para compartir información sobre la asignatura”, “Los incentivos (puntos extra) son los que me han hecho interactuar con el perfil de *Twitter* de la asignatura” y “Creo que *Twitter* es una buena herramienta educativa”.

Tabla 4

Percepción de la red social *Twitter*. Encuestas de valoración antes y después.

Afirmaciones sobre Twitter (5 – Completamente de acuerdo / 1 – Completamente en desacuerdo)	Media pre	Media post
Los tweets del profesor han resaltado lo visto en clase (fechas de entrega de los proyectos, palabras clave, etc.)	3,90	3,48 (3,73)
<i>Twitter</i> es una herramienta que me ha ayudado a relacionarme mejor con el profesor y otros compañeros	3,29	2,79 (3,26)
Los tweets han permitido reforzar los conocimientos a través de enlaces o contenidos de interés	3,79	3,27 (3,43)
<i>Twitter</i> me ha permitido interactuar y hacer networking con empresarios y emprendedores	3,67	2,87 (3,13)
<i>Twitter</i> es una herramienta más rápida para compartir información sobre la asignatura	3,31	3,34 (3,6)
Los incentivos (puntos extra) son los que me han hecho interactuar con el perfil de <i>Twitter</i> de la asignatura	3,67	3,37 (3,73)
Opiniones sobre Twitter (5 – Completamente de acuerdo / 1 – Completamente en desacuerdo)	Media pre	Media post
Creo que <i>Twitter</i> ha mejorado la comprensión de la asignatura	3,05	2,81 (2,86)
Creo que <i>Twitter</i> ha mejorado mis habilidades comunicativas	3,24	2,66 (2,91)
Creo que <i>Twitter</i> ha mejorado mi nivel de compromiso o implicación en la asignatura	3,02	2,90 (3,17)
Creo que <i>Twitter</i> me ha ayudado a obtener feedback de mi proyecto y conectar con mi público objetivo	3,48	3,00 (3,3)
Creo que <i>Twitter</i> es una buena herramienta educativa	3,14	3,11 (3,3)

Los estudiantes han declarado mayoritariamente que *Twitter* no ha sido útil para aprender durante el curso y, habiéndoles preguntado por la interacción con otras redes sociales - como Facebook o Instagram -, la mayoría declaran que con un perfil de Instagram de la asignatura hubieran interactuado más.

## 5. CONCLUSIONES

La implementación de un proyecto de innovación docente relativo al uso de *Twitter* en el aula tenía como objetivo complementar la docencia utilizando principalmente la inmediatez asociada a la red social. Además, se pretendía reforzar los contenidos al poder destacar palabras clave, enlaces adicionales o recordar determinadas fechas importantes, algo que habíamos identificado como importante en el contexto de una asignatura impartida a través del inglés. A pesar de que consideramos que la potencialidad de su uso es indiscutible, lo cierto es que nuestros estudiantes no lo han considerado así, lo que está en contra de todas las bondades que en teoría se le atribuyen a las redes sociales en el entorno educativo (mayor participación, mejora del compromiso). A pesar de que las valoraciones posteriores de aquellos estudiantes que han interactuado con la red social de la asignatura son superiores a las del resto de sus compañeros, la mayoría de las opiniones sobre la red social en el entorno educativo han empeorado. Los únicos indicadores favorables destacan la inmediatez de la red social y el nivel de compromiso con la asignatura, si bien declaran que el detonante de uso de la red social es la obtención

de puntos adicionales. Aun con todo, los estudiantes este curso 2018/2019 están de acuerdo en que *Twitter* es una buena herramienta educativa (3,3 sobre 5).

Aunque hemos mostrado satisfactoriamente la experiencia de crear y gestionar un perfil de una red social en el contexto de una asignatura en la universidad, debemos destacar como limitación la que también es una de las principales conclusiones del estudio: la apatía generalizada por parte de los estudiantes. Pensábamos que acercar la asignatura a través de una herramienta que utilizan día a día facilitaría la implementación, pero su falta de interés ha llevado a tener unos datos imperfectos (falta de respuesta en los cuestionarios, cuestionarios parciales...), que necesitan de un análisis más pormenorizado (por género, edad, uso previo de redes sociales) que se llevará a cabo más adelante. Estas carencias, unidas a los resultados obtenidos, nos impiden aseverar que *Twitter* haya sido útil para los estudiantes y su nivel de compromiso y por lo tanto, no podemos generalizar ni recomendar su efectividad en otros contextos educativos. Aun así, el *feedback* informal que recibimos de algunos estudiantes y la convicción de que sí que puede llegar a complementar de manera eficaz la docencia, nos llevan a continuar con el perfil de *Twitter* en cursos posteriores,

identificando e incorporando áreas de mejora y consolidando el proyecto de innovación docente.

#### REFERENCIAS

- Abella García, V., Delgado Benito, V. (2015). Aprender a usar Twitter y usar Twitter para aprender. *Profesorado*, 19(1), 1-15.
- Martínez-Rodrigo, E., Raya-González, P. (2013). El microblogging en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Una experiencia académica con Twitter. *Historia y Comunicación Social*, 18, 139-149.
- Rodríguez, H., Restrepo, L.F. (2015). Conocimientos y uso del twitter por parte de estudiantes de educación superior. *Sophia*, 11(1), 44-52.
- Romero, E. (2012). ¿Cómo preparar un examen en clase usando Twitter? [Mensaje en un blog]. Blog unweaving the web. Recuperado de <http://estebanromero.com/2012/03/como-preparar-un-examen-en-clase-usando-twitter/> [Acceso julio 2019].