



IMPACTES DE LA INNOVACIÓ EN LA DOCÈNCIA I L'APRENENTATGE

Lús de twitter en l'educació superior: quina és la percepció dels alumnes?

Setó Pamies, Dolors

Universitat Rovira i Virgili

Departament de Gestió d'Empreses. Facultat d'Economia i Empresa

Av. de la Universitat, 1 - 43204 Reus, Tarragona

dolors.seto@urv.cat

1. **RESUM:** Les universitats han de fer front a importants canvis tecnològics que transformaran l'experiència educativa dels alumnes. El treball que presentem persegueix un doble objectiu, en primer lloc, donar a conèixer l'experiència en l'ús del Twitter com a eina d'aprenentatge en una assignatura adreçada als estudiants de la Facultat d'Economia i Empresa; i en segon lloc, explorar quines són les percepcions dels propis estudiants sobre l'ús de les xarxes socials com a eina pedagògica efectiva.
2. **ABSTRACT:** Universities face significant technological changes that will substantially change the educational experience of students. The purpose of this paper is, firstly, to report the experience of using twitter as a tool to facilitate learning in a specific course at faculty of business and economics; and secondly, to explore students' perceptions of twitter as an effective pedagogical tool.
3. **PARAULES CLAU:** xarxes socials, twitter, educació superior, percepcions, estudiants

KEYWORDS: social media, twitter, higher education, perceptions, students

4. DESENVOLUPAMENT:

Introducció

Les universitats del segle XXI han de fer front a importants canvis socials, econòmics i tecnològics que sens dubte canviaran de forma substancial l'experiència educativa dels estudiants. En aquest sentit, els docents han de continuar investigant com la tecnologia pot ser utilitzada a les aules i com els estudiants poden ser receptius a la seva utilització com a noves eines d'aprenentatge. Així doncs, aquest treball es centra en un dels elements del canvi tecnològic en el que es veuen immerses les universitats: les xarxes socials i el seu ús en l'educació superior.



IMPACTES DE LA INNOVACIÓ EN LA DOCÈNCIA I L'APRENENTATGE

Malgrat el gran interès de les xarxes socials per part del món empresarial i educatiu (Dunlap i Lowenthal, 2009b), l'estat actual de la recerca sobre aquesta emergent tecnologia en l'àmbit educatiu està encara en un estat incipient. Investigacions recents han analitzat les oportunitats que suposa l'ús del Web 2.0 i les xarxes socials a les aules (Cronin, 2009; Granitz i Koernig 2011; Kaplan, Piskin, i Bol, 2010; Lowe i Laffey 2011; Rinaldo, Laverie, Tapp, i Humphrey 2013), però no han tingut en compte les percepcions que tenen els propis estudiants sobre la utilitat de les xarxes socials en el seu procés d'aprenentatge.

Per aquesta raó el treball que presentem persegueix un doble objectiu, en primer lloc, donar a conèixer l'experiència en l'ús del twitter com a eina d'aprenentatge en una assignatura adreçada als estudiants de la Facultat d'Economia i Empresa; i en segon lloc, explorar quines són les percepcions dels propis estudiants sobre l'ús de les xarxes socials com a eina pedagògica efectiva.

Twitter com a eina pedagògica

Twitter és una xarxa social senzilla dissenyada per permetre als seus usuaris comunicar “què estic fent ara”. Semblant a un missatge de text, twitter permet als usuaris transmetre missatges de fins 140 caràcters als seguidors (les persones que s'han inscrit per escoltar els tweets d'un usuari). Malgrat permetre sols 140 caràcters, els tweets poden ser ampliat per l'ús de URL escurçats, que permeten que l'usuari de Twitter pugui escurçar qualsevol adreça web d'uns 20 caràcters. Per exemple, amb les eines web com <http://bit.ly/> un usuari pot escurçar una adreça web de qualsevol longitud. Això augmenta significativament la robustesa de Twitter per als propòsits educatius i permet a l'usuari dirigir als seus seguidors a altres recursos (llocs web, articles de revistes, anuncis, etc.). Twitter és amplament utilitzat per les empreses, les organitzacions i els seus líders per tal de poder comunicar informació de forma concisa i en el moment oportú. No obstant això, investigacions recents estan demostrant que twitter també pot oferir una sèrie de beneficis en l'àmbit educatiu (Cann, Badge, Johnson, i Moseley, 2009), encara que aquests continuen en gran part inexplorats, degut a la relativa novetat d'aquesta xarxa social.

Segons Dunlap i Lowenthal (2009b), Twitter és un eina de microblog que permet augmentar la interacció social en un assignatura. Quan l'ús de Twitter, es fomenta com a part d'una assignatura Els estudiants es motiven a interactuar tant amb el professor com amb la resta de companys (Junco et al., 2011), permetent desenvolupar una major presència social. A més, com senyala Rinaldo et al. (2011), el fet de que Twitter sigui una tecnologia utilitzada en diverses disciplines professionals, el seu ús ofereix l'oportunitat no només de millorar l'experiència dels alumnes a classe sinó també de familiaritzar-los amb la utilització de les xarxes socials per part dels professionals.



IMPACTES DE LA INNOVACIÓ EN LA DOCÈNCIA I L'APRENENTATGE

En aquest sentit, el treball que presentem pretén analitzar una experiència d'innovació docent duta a terme a la Facultat de Economia i Empresa de la Universitat Rovira i Virgili, sobre l'ús de twitter com a eina d'aprenentatge en el context de l'assignatura Comportament Organitzatiu - del Departament de Gestió d'Empreses - impartida tant el grau d'ADE com el doble grau d'ADE-FIC. L'assignatura Comportament Organitzatiu pretén, a grans trets, analitzar el comportament de les organitzacions i de les persones que hi formen part, centrant-se especialment en la feina que fan els directius.

Metodologia

Durant les primeres setmanes de classe de l'assignatura Comportament Organitzatiu, es va anunciar als alumnes que s'havia creat un compte a twitter, específic per l'assignatura, i es va demanar que el seguisin. El professor també va explicar quins eren els objectius que es pretenien assolir utilitzant aquesta nova eina en l'assignatura. Així concretament es va indicar que l'objectiu era doble, per un costat, poder comunicar-se amb els alumnes de forma directa i ràpida sobre temes relacionats amb l'assignatura (per exemple; anuncis sobre entrega de pràctiques, sobre la cronologia del programa, etc.), i per altra banda, poder compartir informació addicional (articles, notícies, etc.) que permetés ampliar els coneixements sobre l'assignatura amb temes reals i actuals.

En aquest cas concret, el professor ja tenia compte a twitter i experiència en el seu ús. No obstant es va decidir crear un compte nou específic per l'assignatura Comportament Organitzatiu. En aquest sentit, es va creure interessant poder seguir a perfils que poguessin estar relacionats amb els continguts de l'assignatura, així doncs es va començar a seguir especialment a directius o CEOs d'empreses i organitzacions, així com revistes acadèmiques i institucions que poguessin aportar informació d'interès des del prisma de l'assignatura.

Durant el quadrimestre el professor va anar recordant la importància de seguir el compte de twitter de l'assignatura per poder estar al dia i poder fer un millor seguiment de l'assignatura i el seus continguts, a través dels tweets que s'anaven generant.

L'últim dia de classe el professor va passar un qüestionari als alumnes per tal de conèixer quin ús havien fet del twitter i quina era la percepció que en tenien com a eina d'aprenentatge. Una primera part del qüestionari es va dedicar a recollir informació que permetés conèixer si l'alumne ja era usuari de twitter, si seguia el compte de l'assignatura, i en cas negatiu quin eren els principals motius pels quals no ho feia. En una segona part del qüestionari es van recollir diferents ítems - adaptats d'investigacions prèvies (Rinaldo et al., 2011; Lowe i Laffey, 2011) - relatius a l'experiència prèvia (1 ítem), l'ús en altres assignatures (2 ítems), així com els beneficis percebuts (14 ítems). En totes les respostes es va utilitzar una escala de 7 punts on 1="totalment en desacord" i 7="totalment d'acord".



IMPACTES DE LA INNOVACIÓ EN LA DOCÈNCIA I L'APRENENTATGE

El nombre total de matriculats a l'assignatura era de 62 alumnes, dels quals 40 van respondre el qüestionari.

Resultats

De la mostra obtinguda podem dir que un 60% dels alumnes enquestats són dones. La mitjana d'edat dels quals és de 19,5 anys; amb un mínim de 18 anys i un màxim de 23.

En quant a l'ús del twitter per part dels alumnes, els primers resultats mostren que:

- Un 32.5 % dels alumnes enquestats segueixen el compte de twitter de l'assignatura; mentre que un 67.5 % no el segueixen. (Gràfic 1)
- Un 61,5 % dels alumnes que segueixen el twitter de l'assignatura són dones, mentre que un 38.5 % són homes.(Gràfic 2)
- Un 92,3 % dels alumnes que segueixen el twitter de l'assignatura ja tenien compte a twitter abans de cursar l'assignatura, mentre que un 7,7% no en tenia prèviament.(Gràfic 3)
- Un 40.7% dels alumnes que no segueixen el twitter de l'assignatura diuen que ja tenien un compte creat a twitter (abans de cursar l'assignatura), malgrat no utilitzar-lo. Un 59,3% dels alumnes que no segueixen el twitter de l'assignatura tampoc en tenien abans cursar-la.

Pel que fa a l'experiència prèvia dels alumnes en l'ús del twitter, senyalar que un 30.8% dels alumnes considera que en tenia molta, amb una mitjana de 5.31. Així doncs, bona part dels alumnes perceben que són bons o molt bons coneixedors d'aquesta xarxa social, malgrat que el seu domini prové d'un context diferent, ja que els alumnes senyalen no haver cursat cap altre assignatura que utilitza aquesta mateixa xarxa social en els seu procés d'aprenentatge.

Pel que fa als beneficis que es perceben de la utilització d'aquesta xarxa social per al desenvolupament de l'assignatura (Gràfic 4) , els alumnes destaquen en primer lloc que twitter els permet estar actualitzat sobre els temes relacionats amb l'assignatura (4,23); en segon lloc, que twitter aporta valor al seu procés d'aprenentatge (3.92); i en tercer lloc, que els permet veure els continguts d'una manera més real (3.85), facilitant-los estar al dia sobre el desenvolupament de l'assignatura (3.85).

Crida l'atenció el fet de que l'ítem que assoleix una puntuació més baixa (2,15) és al que fa referència a la contribució de l'ús de twitter al desenvolupament de les seves habilitats professionals. La qual cosa pot fer pensar que els alumnes no són del tot conscients de la importància de les xarxes socials a nivell professional i de l'alt nivell de competències digitals que el mercat laboral requereix als professionals, i especialment als futurs directius i líders de les organitzacions.



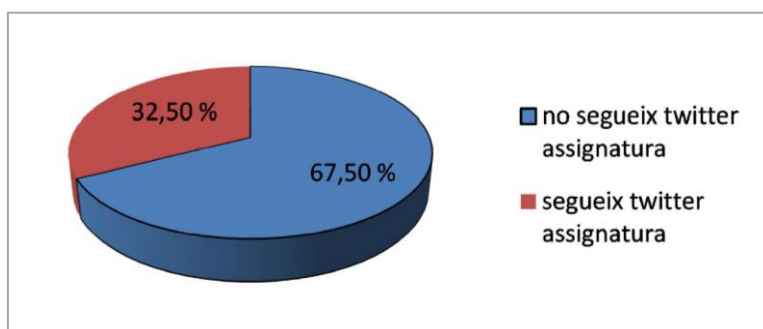
IMPACTES DE LA INNOVACIÓ EN LA DOCÈNCIA I L'APRENENTATGE

Finalment, senyalar que és curiós el fet de que quan es pregunta als alumnes el motiu pel qual no segueixen el twitter de l'assignatura, la gran majoria responen, simplement, perquè no utilitzen aquesta xarxa social, malgrat que puguin tenir un compte creat. Per altra banda alguns suggereixen, la utilització d'altres xarxes socials en les que estan més familiaritzats o es senten més còmodes (com per exemple Facebook) o la utilització d'eines que la pròpia universitat posa al seu abast (com el Moodle o el correu electrònic). En algun cas, fins i tot es senyala que no es coneix com funciona aquesta xarxa social.

Conclusions

Els resultats del nostre estudi posen de manifest que els estudiants universitaris perceben cert potencial en l'ús del twitter com una eina d'aprenentatge, però que són encara molt cautelosos o prudents en la utilització d'aquesta xarxa social en el context educatiu. Crida l'atenció quan veiem que els anomenats "nadius digitals" no accepten de manera uniforme l'ús de les xarxes socials, en concret de twitter, com una nova eina educativa. Només un 32.5 % dels alumnes han seguit el twitter de l'assignatura, després de que el professor ressaltés en repetides ocasions la importància de fer-ho. Fet que fa pensar que els estudiants no són del tot capaços d'entendre la utilitat que les xarxes socials poden tenir tant en un context professional com educatiu. Més esforços són necessaris per tal d'integrar les noves tecnologies en els processos d'aprenentatge dels alumnes i de conscienciar-los de la necessitat de desenvolupar les seves competències digitals, en un món on les xarxes socials han revolucionat la manera com es crea, es comparteix i es transmet la informació i el coneixement. La resistència a la utilització de twitter per part dels alumnes és una de les principals barreres a la seva adopció. S'han de buscar noves formes de motivar i fer veure als alumnes que l'ús del twitter en un context educatiu l'ajudarà no només com un eina més de comunicació entre professor i alumne sinó a fomentar la interacció i a fer més "real" els continguts de l'assignatura.

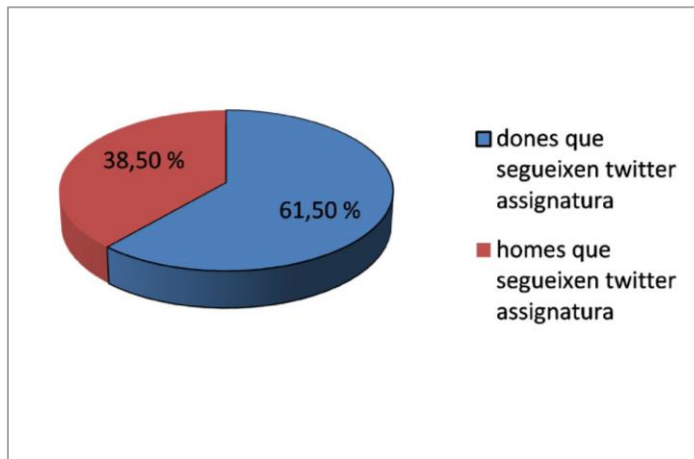
4.1. FIGURA O IMATGE 1



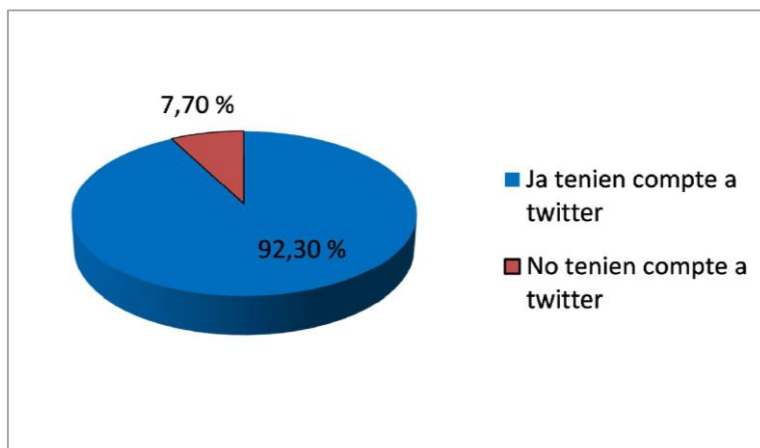


IMPACTES DE LA INNOVACIÓ EN LA DOCÈNCIA I L'APRENENTATGE

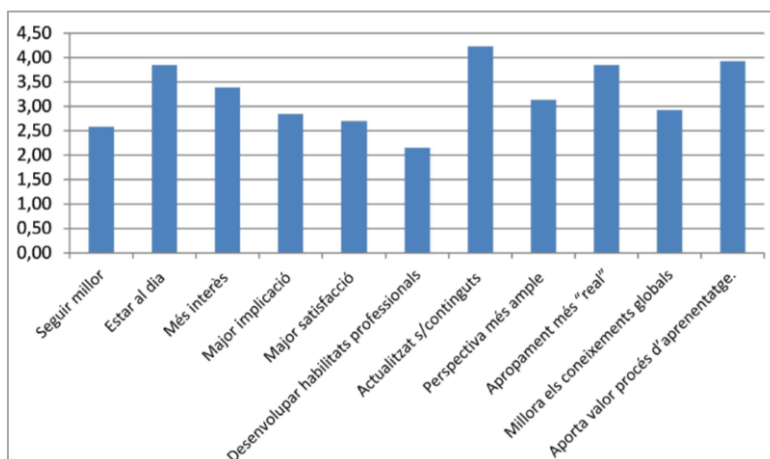
4.2. FIGURA O IMATGE 2



4.3. FIGURA O IMATGE 3



4.4. FIGURA O IMATGE 4





IMPACTES DE LA INNOVACIÓ EN LA DOCÈNCIA I L'APRENENTATGE

5. REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

Cann, A., Badge, J. Johnson, S. i Moseley, A. (2009). Twittering the student experience. ALT Online Newsletter, 17.

Cronin, J. (2009). Upgrading to Web 2.0: An experiential project to build a marketing wiki. Journal of Marketing Education, 31, 66-75

Dunlap, J. C., i Lowenthal, P. R. (2009b). Tweeting the night away: Using Twitter to enhance social presence. Journal of Information Systems Education, 20, 129-135

Granitz, N., i Koernig, S. K. (2011). Web 2.0 and marketing education: Explanations and experiential applications. Journal of Marketing Education, 33, 57-72.

Junco, R., Heiberger, G., i Loken, E. (2011). The effect of Twitter on college student engagement and grades. Journal of Computer Assisted Learning, 27, 119-132.

Kaplan, M. D., Piskin, B., i Bol, B. (2010). Educational blogging: Integrating technology into marketing experience. Journal of Marketing Education, 32, 50-63.

Lowe, B., i Laffey, D. (2011). Is twitter for the birds? Using twitter to enhance student learning in a marketing course. Journal of Marketing Education, 33, 183-192.

Rinaldo, S.B., Tapp, S. i Laverie, D.A. (2011), Learning by Tweeting: Using Twitter as a Pedagogical Tool, Journal of Marketing Education, 33(2) 193 -203.

Rinaldo, S., Laverie, D. A., Tapp, S., i Humphrey, W. (2013). The benefits of social media in marketing education: Evaluating Twitter as a form of cognitive flexibility hypertext. Journal for Advancement of Marketing Education, 21, 16-26.