

PERCEPCIÓN Y UTILIZACIÓN DE LAS REDES SOCIALES POR PARTE DE ESTUDIANTES DE EDUCACIÓN

PERCEPTION AND USE OF SOCIAL NETWORKS BY EDUCATION STUDENTS

Leonor Prieto Navarro¹ | Isabel Muñoz San Roque² | Juan Carlos Torre Puente³

*Libérame del reino de la cantidad.
No permitas que sea valorado
por el número de seguidores
que pudiera tener en una cosa denominada red.*
Juan Antonio González Iglesias (2015, 32)

Resumen

Las redes sociales (RS) se han convertido en los últimos años en un instrumento de comunicación e información en el que están comprometidos a diario millones de personas. Los procesos educativos se han circunscrito tradicionalmente al ámbito familiar, escolar y social, pero hoy en día debe contarse también con el contexto virtual generado a través de internet y, dentro de ello, con las RS. Un nuevo espacio y tiempo educativos nos han llegado y la educación, la escuela no puede ser ajena a ellos. En este estudio se analizan las percepciones asociadas a la utilización presente y futura de 245 estudiantes de Educación Infantil, Educación Primaria y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte (CAFYDE) de la Universidad Pontificia Comillas (Madrid,

1 Universidad Pontificia Comillas (Departamento de Educación, Métodos de Investigación y Evaluación), Madrid (España)

 ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4421-3441> ; lprieto@comillas.edu

2 Universidad Pontificia Comillas (Departamento de Educación, Métodos de Investigación y Evaluación), Madrid (España)

 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1757-5700> ; isabelmsanroque@comillas.edu

3 Universidad Pontificia Comillas (Departamento de Educación, Métodos de Investigación y Evaluación), Madrid (España)

 ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6678-1573> ; jctorre@comillas.edu

España). Saber cuál es el posicionamiento frente a las RS de estos futuros profesores puede ser el punto de partida para educar de una manera eficiente en y con las redes sociales.

Palabras clave Redes sociales, Formación de profesores, Educación *online*

Abstract In recent years, social networks have become an instrument of communication and information in which millions of people are engaged every day. Educational processes have traditionally been linked to the family, school and social spheres but nowadays the virtual context generated by the internet and, especially, by social networks, must be considered. A new educational context, in terms of time and space, has reached schools. This study analyses the perceptions of 245 students enrolled at Primary, Preschool and Physical Education Degrees from Comillas Pontifical University (Madrid, Spain). Knowing how future teachers perceive social networks and their use in education may be a good starting point to educate efficiently using them.

Keywords Social Networks, Teacher Education, Online Education

1. Introducción

Cuando se trata de identificar el conjunto de factores relevantes en los procesos de construcción personal, es ineludible pensar en el contexto familiar, en los procesos de enseñanza y aprendizaje que acontecen en el ámbito escolar y universitario, en los entornos no formales de interacción vinculados al ocio y al tiempo libre, en el desarrollo que promueve la inserción laboral y en la multitud de intercambios de todo tipo que mantenemos a lo largo de nuestra existencia. En todos estos ambientes, el ser humano es a la vez sujeto activo y pasivo, esto es, persona que influye en otros y que es influida por los demás. Hasta no hace mucho, podían rastrearse las raíces del proceso de convertirse en personas en estos contextos. Sin embargo, desde hace unas pocas décadas un nuevo escenario ha irrumpido en la vida de los seres humanos de la mano de la tecnología, el de las redes sociales.

Una red social (RS) es una plataforma de internet, creada por una empresa, a la que se accede mediante una cuenta personal (un perfil propio) y que permite el intercambio de información y la comunicación, en tiempo real o no, entre una serie de personas

que se vinculan a ella por un interés, una relación o una actividad comunes en alguna manera. Las redes sociales posibilitan, sin ánimo de ser exhaustivos, la presentación personal y la gestión de las relaciones sociales, el estar al día de lo que está pasando en la red y en el mundo, la divulgación de lo que se hace en cada momento del día, la interacción con otras personas de cualquier parte del mundo sin constricciones de tiempo, la información de cuestiones sanitarias y la facilitación del estudio y la investigación académica (Cipolletta, Malighetti, Cenedese y Spoto, 2020).

La primera red social conocida como tal es SixDegrees, puesta en marcha en 1997. A partir de 2001 aparecen Blackplanet, Migente y Cyworld seguidas en 2002 por Friendster, y en 2003 por MySpace y LinkedIn. A partir de 2004, tras la aparición de Facebook, el desarrollo de las RS ha seguido un ritmo exponencial: YouTube (2005), Twitter (2006), WhatsApp (2009), Instagram y Pinterest (2010) y TikTok (2016), por citar algunas de las más conocidas (Greenhow y Askari, 2017; Bicen y Uzunboylu, 2013)⁴.

La omnipresencia de las RS es fácilmente perceptible en casi cualquier momento de la vida cotidiana y en cualquier situación, sea formal o informal. Pero su penetración en el tejido social y su ubicuidad se aprecian mejor cuando se toma conciencia de algunas cifras. Según el Informe Digital 2020 realizado por Simon Kemp de TheNextWeb⁵, más de 3.800 millones de personas utilizaron en enero de 2020 las redes sociales, lo cual representa un 49% de la población total. Por sexos, a nivel mundial, los hombres usan las redes un 55% frente a un 45% de las mujeres, mientras que en Europa la relación es 51-49%. El número de horas promedio en el mundo es de dos y media, mientras que en España se acerca a las dos horas. 2.500 millones de personas se conectaron mensualmente a Facebook, 2.000 millones lo hicieron a YouTube y 1.600 a WhatsApp, mientras que Instagram alcanzaba *solamente* los mil millones y la red TikTok, en auge recientemente, 800 millones, 500 de ellos en China. Más de 3.500 millones de usuarios de entre 16 y 64 años juegan cada mes a videojuegos y un 20% de todos los usuarios de internet miran en *streaming* cómo otros están jugando.

4 También: <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-las-redes-sociales-evolucion/>

5 Kemp, S. (2020). Digital 2020. TheNextWeb, publicado en colaboración con We Are Social y con Hootsuite: <https://thenextweb.com/podium/2020/01/30/digital-trends-2020-every-single-stat-you-need-to-know-about-the-internet/>

Por otro lado, un seguimiento aleatorio de noticias de prensa pone de relieve también su presencia permanente en el foro social. Las explicaciones de por qué aparecía llorando en unas fotos en las redes sociales un joven actor español se convierten en noticia de un diario nacional⁶. Un joven de 23 años llamado David Cánovas, conocido como TheGrefg, es capaz de mantener durante dos horas y cuarenta minutos una audiencia de más de dos millones y medio de espectadores presentando en *streaming* su *skin* para el video juego *Fortnite*⁷. En esta misma noticia se dice que Ibai Llanos, de 25 años, logró congrega a medio millón de personas en la retransmisión de las campañas de medianoche durante cinco horas en la misma plataforma Twitch, superando la audiencia de canales tradicionales de televisión. El *youtuber* llamado ElRubius, Rubén Doblas, de 30 años, que cuenta con más de 40 millones de suscriptores y más de 5.000 millones de reproducciones, anuncia que va a desplazar su domicilio fiscal de España a Andorra para pagar menos impuestos⁸. La Galería Uffizi, de Florencia, ha duplicado en tres meses las visitas de los más jóvenes aprovechando la red TikTok y el tirón de la “influencer” italiana Chiara Ferragni⁹. Según la prensa española, una niña italiana de 10 años muere asfixiada al tratar de superar una prueba de desafío extremo promovida en una red social¹⁰. La red TikTok lanzará en breve un servicio de comercio electrónico en Estados Unidos que permitirá compartir enlaces a productos y ganar automáticamente una comisión por cualquier venta¹¹. Una multitud de pequeños inversores de la red Reddit con cuenta en la plataforma RobinHood descolocó a los grandes fondos de Wall Street¹². Todos los medios de comunicación más convencionales incorporan ya las

6 El País, 21 enero 2021: https://www.marca.com/tiramillas/series/2021/01/25/600e7030268e3edc538b4598.html?cid=BTNOTo1&_ga=2.141345074.1242352932.1611584124-773299682.1598429392

7 El País, 12 enero 2021: https://retina.elpais.com/retina/2021/01/12/tendencias/1610408688_124110.html

8 El Mundo, 19 enero 2021: <https://www.elmundo.es/tecnologia/creadores/2021/01/18/6005e03afc6c83bf398b45ed.html>

9 El País, 20 octubre 2020: <https://elpais.com/icon-design/2020-10-18/adios-academia-hola-tiktok-la-estrategia-sin-complejos-con-la-que-la-galeria-uffizi-ha-duplicado-los-visitantes-jovenes-en-tres-meses.html>

10 ABC, 24 enero 2021: https://www.abc.es/sociedad/abci-menor-10-anos-muere-italia-desafio-extremo-social-202101221633_noticia.html

11 El País, 8 febrero 2021: <https://elpais.com/tecnologia/2021-02-08/tiktok-lanzara-un-servicio-de-comercio-electronico-en-ee-uu.html>

12 El País, 7 febrero 2021: <https://elpais.com/economia/2021-02-06/las-redes-sociales-descolocan-a-los-peces-gordos-de-wall-street.html>

redes como vehículo de comunicación con sus oyentes y espectadores, y entre ellos. En fin, Eva Illouz, socióloga, sostiene que Tinder e Instagram se han convertido en la nueva ley del mercado, en donde el atractivo sexual se ha convertido en un criterio autónomo frente a los demás¹³. La instalación de la banalidad, la capacidad de convocatoria, la transmisión de ideales de vida y económicos, el modelado indiscriminado, la movilización de las conductas de miles de seguidores en uno u otro sentido, la mercantilización de la relación y la entronización del atractivo corporal, elementos que subyacen de una u otra manera en las noticias presentadas, invitan a pensar que algo muy importante se cuece en esta otra realidad de las redes sociales.

Sostiene el Papa Francisco que

“la educación es escucha y si no escucha, no es educación; la educación crea cultura o no educa; la educación nos enseña a celebrar o no educa. Educar no es saber cosas, eso es saber, pero educar es escuchar, crear cultura, celebrar”.

Y también que

“educar es buscar el sentido de las cosas, es enseñar a buscar el sentido de las cosas... nunca se olviden del sentido de estas tres palabras: gratuidad, sentido, belleza, pueden parecer inútiles sobre todo hoy en día... no producen y, sin embargo, de esta cosa que parece inútil depende la humanidad entera, el futuro”¹⁴.

Quizá sea muy osado afirmar que *la verdad* (educativa) *está ahí afuera*, en internet y en las redes sociales, remedando la expresión de la serie televisiva Expediente X, pero sin duda algo importante se está fraguando en la realidad *online*. ¿Pueden los educadores sustraerse a ello? ¿Sería posible prescindir de la invitación del Papa para promover

13 El País, 2 enero 2021: https://elpais.com/ideas/2021-01-01/eva-illouz-el-sexo-crea-nuevas-desigualdades-sociales.html?event_log=oklogin&o=cerrideas&prod=REGCRART

14 En el discurso de inauguración de la Universidad del Sentido junto a Scholas Occurrentes, el 5 de junio de 2020: <https://www.youtube.com/watch?v=JG6IXk7fXUg>

Educación en estos nuevos contextos? ¿Qué tipo de comunicación, escucha, cultura y celebraciones se generan a través de las redes sociales? ¿En qué grado están presentes la gratuidad, el sentido y la belleza, y qué concepción de ellas, en las redes sociales? En nuestra opinión, la Educación no puede desentenderse de estos espacios y tiempos educativos nuevos en los que tanta gente habita.

2. Método

2.1. Objetivos de este estudio

Esta investigación tiene un carácter exploratorio y descriptivo. Se pretende, en primer lugar, identificar cuáles son la percepción, los parámetros de uso, la valoración y la medida en que son afectados por las redes sociales los estudiantes de Educación que se preparan para ser profesores de Educación Infantil y Educación Primaria. Además, se explora en qué grado se utilizan actualmente estas RS en los colegios y si estarían dispuestos a incorporarlas en su docencia en su ejercicio profesional próximo.

Las preguntas a las que se pretende encontrar respuesta son las siguientes: ¿Cuánto tiempo se emplea, con cuántas personas se mantiene contacto y en qué RS se participa? ¿Qué opinión se tiene de las RS y por qué? ¿Qué actividades se llevan a cabo en las RS? ¿Hasta qué punto afecta personalmente esta participación y qué personas son más susceptibles de ser afectadas? ¿Cuál es la disposición frente a la privacidad, la política de datos y la publicidad dentro de las RS? ¿Cuál es el nivel de dependencia autopercibido de las RS? ¿Cómo se percibe la presencia actual de las RS en los colegios y en qué medida y cómo se sienten preparados para su introducción en su futura docencia?

Este estudio tendrá su continuidad en dos investigaciones más. Una se centrará en analizar estos mismos parámetros con una muestra más amplia de estudiantes de Magisterio y la segunda se ocupará de ver en qué medida el profesorado encargado de formar a las futuras generaciones de maestros es consciente de la virtualidad educativa de las RS.

2.2. Instrumentos y participantes

Se han utilizado tres tipos de instrumentos: una reflexión abierta (RA) solicitada en clase de manera voluntaria sobre las redes sociales, una encuesta *online* (EOL) llevada a cabo por medio de Forms (Microsoft Office) y tres grupos focales (GF) de discusión.

La RA constaba de una única pregunta sugerida en clase con carácter general: ¿en qué medida las redes sociales (RS) impactan en nuestras vidas y cómo contribuyen o no al proceso de construcción personal? Se recogieron 72 respuestas de estudiantes de 1º de Educación en el primer trimestre de los cursos 2019-2020 y 2020-2021. Los textos estaban firmados, pero la actividad no era evaluable.

La EOL se componía de 39 preguntas (33 de índole cuantitativa y 6 de respuesta cualitativa). Para la redacción de la encuesta se tuvieron en cuenta los comentarios expresados en las RA, las opiniones recogidas en los GF, el Estudio Anual de Redes Sociales 2020¹⁵ y las investigaciones citadas como referencias para la elaboración de este artículo. Para conseguir una mayor adecuación al público destinatario se pidió a 8 estudiantes de Educación que revisaran las preguntas y que aportaran sugerencias de mejora. La encuesta definitiva, que se facilita como Anexo al final, ha sido respondida de manera anónima por 245 estudiantes de Educación Infantil (33%), Educación Primaria (48%) y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte-CAFYDE (19%), lo que representa un 56% del total de alumnos matriculados en estas tres carreras en los cinco cursos de que se componen. El 83% son mujeres y el 17% hombres. Del total de la muestra, la distribución por cursos es como sigue: 29% en 1º, 20% tanto en 2º como en 3º, 19% en 4º y 12% en 5º. El promedio de edad es de 20 años. En las seis respuestas de carácter cualitativo, que eran una explicación de alguna pregunta previa cuantitativa, se obtuvo un promedio de 198 contestaciones. El tiempo medio de respuesta a la encuesta fue de 18 minutos y 45 segundos.

Para la organización de los tres GF fueron consultados 47 estudiantes, de los que 14 se excusaron por coincidir con otra actividad, 6 no contestaron, 27 manifestaron que sí en alguna de las franjas horarias ofrecidas y finalmente participaron 21¹⁶. Por carreras, 4 pertenecían a CAFYDE, 7 a Infantil y 10 a Primaria. Por cursos, 5 eran de 1º, 7 de 2º,

15 Interactive Advertising Bureau (IAB) Spain (2020). *Estudio anual de redes sociales 2020*. Madrid: IAB. {<https://universoabierto.org/2020/06/22/estudio-anual-de-redes-sociales-en-espana-2020/>}.

16 Nuestro agradecimiento a todos ellos: Sofía Pérez Jiménez, Isabel Pascual Prieto, María Franco López de Andújar, Lucía Bagüés Romero, Francisco Javier Pueyo Láinez, Sergio Sánchez Salmerón, Patricia Vidal Morales, Alejandra Torre Rodríguez, Paula Martín Remondo, Gabriela Valentina Legonías Remedios, Celia García Muñoz, Marina Castrillo Morato, Beatriz Álvarez Jiménez, Verónica Hernández Gómez, Sofía Domingo Jiménez, Pablo Devís Calderón, Alicia Paz Madejón Avilés, Sergio Martín Guijarro, Cristina Cano Antón, Elena Güemes González y Sara de Oro Gutiérrez.

5 de 3º y 2 tanto de 4º como de 5º. Y por sexo, 17 chicas y 4 chicos. Las tres sesiones se desarrollaron los días 17, 18 y 19 de noviembre de 2020, con una duración de hora y cuarto cada una. Todas ellas, que se realizaron de manera virtual, fueron grabadas con el permiso de los participantes y luego transcritas de forma anónima para su análisis. La temática tratada versó sobre el concepto, utilización, finalidad, valoración e impacto de las redes sociales (RS), así como sobre la figura de los “influencers” y sobre el uso actual de las RS en los centros educativos y en su futuro profesional docente.

2.3. Procedimientos de análisis

Tanto en las RA como en los GF se ha seguido el siguiente procedimiento: cada autor ha leído individualmente las aportaciones escritas por cada participante y los registros de las grabaciones; se han categorizado las respuestas por separado y, posteriormente, se han compartido para llegar a una síntesis intersubjetiva de las narrativas dominantes en ambos instrumentos de medida. Dada la amplitud de las interconexiones percibidas, en este texto sólo se presentarán algunos lineamientos generales que se pondrán en relación con los resultados cuantitativos.

Con el fin de obtener la percepción que los estudiantes de Educación de esta universidad tienen sobre las redes sociales, se han utilizado los siguientes estadísticos para el análisis de la encuesta *online*: medias, desviaciones típicas, correlaciones de Pearson, porcentajes, análisis de varianza, Chi² y t de Student. En el caso de las seis respuestas cualitativas de la encuesta se ha empleado el mismo sistema que el descrito para las RA y los GF.

3. Resultados

3.1. Utilización de las redes sociales (RS)

En este apartado se consignan los resultados correspondientes al tiempo empleado en internet (*tablets*, móvil, dispositivos electrónicos y televisión en la red), al tiempo específico en RS, al número total de RS, al tipo de RS en las que tienen cuenta, al total de *followers* e *influencers* seguidos, al tipo de personas contactadas, a las áreas de seguimiento en RS, a las actividades principales realizadas en las RS y a la conducta de seguir contenidos ajenos o más bien de crearlos propios.

Estos estudiantes de Educación pasan casi cuatro horas como promedio en internet (un 46% está más de cuatro horas), mientras que específicamente en las RS emplean dos horas y media como promedio habiendo un 11% que ocupan más de cuatro horas. El número de RS utilizadas es seis para las mujeres y cinco para los varones, aunque no son estadísticamente significativas las diferencias, y las RS más visitadas son Whatsapp (98% de la muestra), Instagram (96%), YouTube (76%), Spotify (75%), Twitter (46%), TikTok (42%) y Pinterest (38%).

La media de todas las personas a la que se sigue (total aproximado de cuentas) asciende a 580 conocidos, familiares, *influencers*, etc., habiendo un 26% que están vinculados a más de 900 y un 6% que dicen seguir a menos de 100 personas. Si se restringe la pregunta a *youtubers*, *streamers*, *influencers* específicos propiamente dichos de manera activa, entonces la media es de 15, con un 8% que no sigue a nadie. Las áreas más frecuentadas son la moda (ropa, accesorios, estética) con un 67% de estudiantes, la educación (materiales, innovación educativa, recursos) con un 49%, los viajes (turismo, vacaciones) con un 39% y el “fitness” y cuidado físico del cuerpo está presente en un 37% de la muestra. El área de la espiritualidad y la religión obtiene un 13%, siendo la penúltima elegida tras la de bricolaje en general.

Las RS se aprovechan especialmente para la comunicación y el contacto con otros (90% de la muestra), para escuchar música (89%), para cuestiones de ocio y tiempo libre (79%), para ver series, películas y documentales (72%), para enterarse de noticias en general (62%), para informarse sobre temas de la carrera y las materias (43%) y para ver tutoriales (38%).

La mayoría de estos estudiantes (62%) se siente mejor definido como seguidor de los contenidos de otros que como creador de contenidos propios (10%). Esta autodescripción no impide que el 76% reconozca haber compartido fotos/audio/vídeos propios en los últimos 30 días. Los hombres son más de seguir (82,9%) y las mujeres se reparten más entre seguir (57,4%) y seguir y crear (32,4%). Un 10% de ambos solamente crea contenidos propios, pero los hombres crean y siguen solo en un 7,3%. Las diferencias son estadísticamente significativas ($\text{Chi}^2=11,23$, $p=0,004$). Por otra parte, quienes son más bien creadores de contenidos obtienen medias significativamente menores en el grado en el que les afectan las RS y en el impacto que creen que tienen los “influencers”. Quienes siguen y crean al 50% emplean más tiempo en las redes y siguen a más personas.

Se han encontrado algunas diferencias significativas por sexo ($p < 0,05$), con medias más bajas en hombres que en mujeres, en número de RS, en el total de seguidores, en el grado de afectación y en dependencia. Pero se trata de muestras demasiado desiguales. La mayoría de los hombres están en CAFYDE (71%) y si se comparan hombres y mujeres de CAFYDE, igualados en número, entonces no hay diferencias. Esto se explica porque no es el sexo el que produce las diferencias, sino el estudiar CAFYDE. Además, la carrera de Educación Infantil (Media=3,28) puntúa por encima de CAFYDE (Media=2,57) en el tiempo en las RS ($p < 0,001$), en el número de RS en las que se tiene cuenta (6,1 frente a 5,1) y en el total de personas seguidas (3,81 frente a 3,28), con una $p < 0,05$. No hay diferencias significativas entre los cursos en las variables principales. Finalmente, tiempo en RS y edad correlacionan negativamente de forma significativa ($r = -.155$).

Por lo que respecta a las manifestaciones en las Reflexiones Abiertas (RA) y en los Grupos Focales (GF), hay una gran unanimidad en que “nadie escapa a esta realidad”, sea por la constatación positiva (“la mayoría está en ellas”, “todos las tienen, incluso nuestros padres”, “el 99% participa en ellas”) como negativa (“es raro en adolescentes no estar”, “conozco a uno que no está metido”, “hay una que no tiene Instagram, que es la más usada”). Además, se aprecia la omnipresencia de la RS en todos los tramos de edad (“desde los tres años hasta tus abuelos”), con mayor incidencia por ejemplo de TikTok en edades tempranas y de Facebook en las personas mayores. Se cree que se hace un uso excesivo de las RS, que hay variaciones del tipo de redes utilizadas según los países y que su reciente crecimiento puede deberse también a que “siempre habrá alguna que se adapte a ti”. No participar en el engranaje de las RS supone, en definitiva, quedarse en aislamiento y fuera del intercambio social.

3.2. Opinión sobre las redes sociales (RS)

En la encuesta, sólo un 9% considera que las RS son más bien negativas o muy negativas, mientras que un 40% tiene una opinión tirando a favorable y un 7% las percibe como muy positivas. En el término medio recalcan el 44% de los estudiantes. Como puede apreciarse, en estos datos la balanza se inclina a una visión ligeramente favorable de las RS.

¿Por qué se decantan por una u otra postura? ¿Qué explicaciones dan a su toma de posición? Quienes piensan en negativo de las RS mencionan los siguientes aspectos: el tiempo perdido y su improductividad son un elemento muy importante junto con la

falsedad de las vidas ahí mostradas, la dependencia y la comparación mutua que generan, además y la merma de las relaciones interpersonales con los seres queridos. Estos aspectos aparecerán más adelante cuando se estudie el impacto de las RS.

La consideración positiva o muy positiva de las RS se asienta en tres componentes: el del entretenimiento, el de la comunicación y el cognitivo, prácticamente a partes iguales entre los tres. Las RS ayudan a divertirse, a relajarse, a evadirse, a distraerse, a disfrutar del tiempo de ocio y a encontrar aficiones comunes. En segundo lugar, son una potente herramienta de comunicación que permite contactar con gente que está lejos, mantener la relación con allegados también próximos, conocer nuevas personas y socializarse. Finalmente, permiten obtener muy variados tipos de información y estar al día tanto de noticias como de la moda, descubrir cosas nuevas de interés, conocer opiniones que posibilitan crear tu propio criterio, incrementar tu cultura y, en definitiva, aprender mucho. Sorprende en estas aclaraciones cualitativas a la pregunta de la opinión cuantitativa sobre las RS que, al menos en un tercio de las explicaciones de por qué tienen una impresión positiva, se menciona simultáneamente algún aspecto negativo.

La mayoría de los estudiantes (44%) observa a la vez aspectos positivos y negativos en la RS y por eso se inclina por marcar “término medio” en la encuesta. Sin embargo, cuando se analizan las respuestas de carácter cualitativo proporcionadas en las RA y en los GF, el balance no es tan “simétrico” y equidistante, antes bien, es abrumador el peso de los aspectos negativos frente a sus bondades en una relación muy cercana a 4:1. Cuatro áreas destacan conceptualmente. En primer lugar, se considera que las RS permiten vivir de forma continuada en un mundo paralelo en el que prima la doblez, la falsedad, la apariencia de una vida perfecta y la presentación enmascarada de uno mismo. La manifestación casi exclusiva de lo “bonito”, de lo que nos favorece en detrimento de la parte más gris y menos popular de nuestra existencia, genera modelos de imitación con ideales muy difíciles de alcanzar y tiene efectos negativos en la identidad personal, en la autoestima y en la forma general de verse a sí mismo por comparación con los demás. Con frecuencia se menciona la imagen de la mujer “perfecta”. En segundo lugar, aparece la cuestión de la adicción y de la dependencia. Tras constatar que las RS son “una realidad tecnológica penetrante desde que te levantas” o que “no se puede no estar ahí”, sobresale la idea de que su consumo excesivo, el ritmo frenético al que nos someten y el vicio (“enganche”) derivado convierten al usuario en un esclavo

suyo al que idiotizan, pudiendo provocarle incluso un síndrome de abstinencia. Uno de los participantes se pregunta *si no serán las RS la droga más potente del siglo XXI*. El bip-bip de los mensajes entrantes o de las notificaciones, dicen, parece habernos condicionado al igual que la consecución de los “likes”. En tercer lugar, las RS reducen las interacciones cara a cara e interfieren en ellas. No pocas son las menciones a su poder sustitutorio de las relaciones personales (en persona), a la interferencia en reuniones familiares o con amigos, a la confusión entre lo “real” y lo virtual, a la disminución de los juegos de actividad al aire libre de los niños y a la pérdida del valor del encuentro presencial frente a la transmisión en directo a otros de lo propiamente vivido en ese momento. Finalmente, los efectos negativos derivados del *ciberacoso* y otros comportamientos abiertamente delictivos o lesionadores de la persona, de la búsqueda del lucro económico y sexual, amparados en el anonimato, en la pantalla y en la distancia. Junto a ello, aparecen otras negatividades como la potenciación del odio, la generación de mentiras y humillaciones, así como la pérdida de la privacidad.

3.3. Impacto, influjo y dependencia de las RS. El caso específico de los “influencers”

Un 55% de las personas encuestadas cree que las RS le afectan poco o nada, mientras que un 45% considera que lo hacen bastante (38%) o mucho. La media se sitúa en 2,48 en una escala de 1 a 4. La mayoría (60%) considera que este influjo unas veces les perjudica y otras les beneficia, aunque si se tiene en cuenta quienes marcan que son afectados más bien positivamente y que la media es de 3,26 en una escala de 1 a 5, puede colegirse que la influencia es más bien positiva. Los encuestados siguen por orden decreciente a amigos, familiares y conocidos (97%), a “influencers” específicos (70%), a marcas comerciales (40%), a medios de comunicación (29%) y a partidos políticos e instituciones culturales en igual porcentaje (16%).

En las 182 respuestas del cuestionario que se dedican a explicar de forma narrativa el porqué de este influjo, se perfilan las siguientes categorías. En primer lugar, se constata que el impacto deriva necesariamente del papel importante que las RS juegan en nuestras vidas, de tal manera que simplemente por estar ahí, de manera indirecta o por la sobreabundancia de estimulación recibida, uno no puede dejar de ser impactado, como ocurre en otras circunstancias vitales. Un segundo apartado es prominente, el referido al ámbito cognitivo de la posibilidad de aprender, de incorporar ideas, informaciones,

conocimientos y recursos que contribuyen en gran medida a la propia formación. Esta promoción positiva del “pensar” viene asociada casi siempre con algunas condiciones, a saber, la necesidad de usar el espíritu crítico, de poner filtros, de establecer un proceso de selección de contenidos, de ser consciente en todo momento de lo analizado, de tener un criterio propio y de estar seguro de lo que se piensa. Estos elementos parecen ser un antídoto protector. En tercer lugar, el efecto que tiene la comunicación, la comparación con los demás y sus opiniones sobre nosotros. En este sentido, se aprecia la importancia que tienen los comentarios negativos que se reciben y también los positivos, especialmente motivadores en este caso si son de personas allegadas, conocidos y familiares, que es a quienes más siguen. Como botón de muestra, un participante asegura que le “hace feliz recibir mensajes de conocidos”. Las comparaciones que más afectan son las desventajosas, aquellas en las que la persona percibe que no puede alcanzar las expectativas, los estándares sociales o la apariencia física que se proponen como modelo. Este salir mal parado influye más a quienes se consideran más sensibles, a quienes no están bien emocionalmente, a quienes tienen baja autoestima o una determinada personalidad. El tipo de contenidos observados, sean crueles u obscenos, o desveladores de injusticias sociales y de sufrimientos de las personas, también modulan su afectación por algunas variables personales como la capacidad empática o la tendencia a la identificación. Dos últimas consideraciones. Por un lado, el tiempo de estancia en la red, generalmente manifestado como pérdida de tiempo, pérdida de la noción del tiempo o estar mucho tiempo enganchado, se vincula a una visión más negativa de las RS. Por otro, la estructura narrativa de muchas de estas respuestas sigue la estructura gramatical de las oraciones adversativas, alternándose la proposición principal y la subordinada en la positividad o negatividad de las apreciaciones, algo no extraño dado el porcentaje de participantes que se situaron en una opinión centrada en el término medio.

Cuando se pregunta por los “*influencers*”, se constata que siempre han estado presentes de una u otra forma (se citan Los Beatles, Jackie Chan o las películas de Schwarzenegger), pero la diferencia actual es al número de personas a las que llegan. Se reconoce que aportan aspectos positivos como la posibilidad de aprender el lenguaje de signos y que, especialmente en el mundo del deporte, favorecen en ocasiones causas nobles centradas en la recaudación de fondos para paliar diversas necesidades. Se afirma que tras algunos de ellos hay mucho trabajo y mucho talento detrás. Sin embargo, afloran más las

consideraciones negativas de su influjo porque tienden a mostrar aspectos superficiales de la existencia centrados principalmente en la apariencia estética, en actividades de ocio (viajes) y en la imagen y porque generan unas expectativas basadas en un estilo de vida que sólo muestran los aspectos positivos de la misma (*sólo se sube lo bueno y lo agradable, no lo que ha salido mal*, dicen) y que oscurece las dificultades que también la acompañan. Se considera que no debe ser fácil actuar como “influencer” por la imperiosa necesidad de tener que crear nuevos contenidos cada poco tiempo y por la exposición a un permanente *feedback*. Las opiniones que vuelcan en la red provocan una disminución del pensamiento propio, en parte porque resulta más económico en tiempo, y se observa que esta difusión de sus ideas viene con frecuencia en paralelo a la realización por su parte de otras acciones ajenas a un discurso ideológico, como pueden ser estar jugando en videojuegos. Se echa de menos un tipo de “influencer” de mayor calado a nivel ético y emocional y se sugiere que, si se trata de una profesión del presente y del futuro, se les debiera exigir una formación específica.

Con respecto a la dependencia de las redes sociales, el 48% de esta muestra afirma ser bastante dependiente de ellas, con un nivel grande de enganche. Un 40% manifiesta depender poco de ellas. Correlacionan de forma significativa con dependencia las siguientes variables: el tiempo en redes (.391), el total de personas seguidas (.339), el grado en el que se sienten afectados por ellas (.282), el impacto de los “influencers” (.213), el número de RS en el que se está (.177) y su utilización como futuros profesores (.152). Si se segmenta la muestra en dos categorías de dependencia, se observa que existen diferencias estadísticamente significativas. Las personas más independientes de las RS están menos tiempo en internet y en ellas, están vinculados a menos redes, tienen menos contactos y siguen a menos “influencers”, son menos afectados por ellos y por las RS en general, se sienten menos vigilados en internet y utilizarían en menor grado las RS en su futura docencia.

¿A qué tipos de personas pueden afectar más negativamente las redes? Se han obtenido 212 respuestas cualitativas en el cuestionario y 11 más en los grupos focales. La mayoría de los encuestados piensa que son las personas con baja autoestima y con una visión negativa de sí mismas las más influenciadas. Por esta característica se decantan un tercio de los sujetos. En segundo lugar, se fijan en un criterio evolutivo que tiene que ver con la edad y las etapas de desarrollo, señalando casi otro tercio a niños y adolescentes

como principales candidatos, por estar en un período crítico de su formación en el que no han adquirido aún los resortes para su propia autorregulación. El resto de las contestaciones se centran en aspectos de personalidad tales como la inseguridad, la inestabilidad emocional o determinados problemas psicológicos (anorexia, ansiedad, depresión). También en cuestiones de carácter cognitivo y del procesamiento de la información como carecer de criterio propio, capacidad crítica, educación, claridad en las ideas y de información sobre las redes. En suma, las redes sociales, según estos estudiantes de Educación parecen hacer más mella en las personas más jóvenes y en las que tienen algún tipo de vulnerabilidad.

3.4. Control, política de datos y publicidad

Un 63% se siente bastante o muy vigilado en internet, un 58% nunca ha leído la política del uso de datos que cada red social tiene y un 31% solamente en algún caso, lo que sugiere una cierta despreocupación por esta cuestión en el 89% de los participantes en esta muestra. Algo menos de la mitad muestran bastante o mucha preocupación por la publicidad que aparece en las RS, pero un 52% no se siente incómodo con ella. Quienes se perciben como más vigilados menos a gusto están con la publicidad ($r=.441$), se sienten más afectados por las RS ($r=.284$), tienen una opinión menos favorable de ellas ($r=.198$) y consideran más negativo su influjo ($r=.178$). Una mayor lectura de la política de datos correlaciona negativamente con el tiempo en RS ($r=-.160$) y con el número de seguidores ($r=-.206$). Finalmente, a mayor preocupación por la publicidad, peor opinión sobre las RS ($r=-.161$), mayor negatividad percibida en ellas ($r=-.106$) y mayor lectura de la política de datos ($r=.208$). Correlaciones todas ellas significativas, aunque de poca magnitud en la mayoría de los casos.

3.5. Redes sociales y su empleo en educación

En esta muestra se considera que las RS se emplean actualmente poco o muy poco en Educación Infantil (81%), mientras que esta constatación cae al 45% en el caso de la Educación Primaria. Algo semejante aparece, con matices, cuando se analizan las respuestas en los grupos focales. Cuando revisan lo que ocurre en los centros de Prácticas docentes a los que asisten o recuerdan su reciente pasado preuniversitario, observan que resulta muy ocasional, incluso raro, que los profesores se sirvan de la RS en Infantil,

algo que va incrementándose muy poco a poco a medida que se avanza en el nivel educativo. Se reconoce como más generalizado el uso de las plataformas en la intranet de los centros educativos y también el hecho de servirse de aplicaciones informáticas como Teams, Classroom, Clickedu o Zoom para reuniones o para seguir las clases, esto especialmente a raíz de la pandemia. De manera progresiva también van incorporándose los *blogs*, YouTube, TikTok, Twitter, Instagram, Pinterest y Facebook, sin llegar a ser una tendencia dominante.

Con respecto a cómo de preparados se sienten para introducir en un futuro próximo las RS en su docencia, 47% se encuentran bien o excelentemente preparados, de tal forma que con alguna práctica lo podrían hacer ya. 15% se autoperciben como necesitados de bastante formación y el resto, 38%, creen que están a medio camino. Los estudiantes de profesores que sólo siguen a otros en las RS se sienten menos preparados para integrarlas en vida profesional ($p < .05$). Estos futuros profesores parecen tener muy claro que en Educación Infantil no debieran existir o, como mucho, debieran estar fuertemente limitadas las RS, mientras que se podrían aprovechar más en Primaria, Secundaria y Bachillerato. Una de las razones para la limitación en los primeros niveles reside en que los niños ya utilizan la tecnología de forma extensa en el hogar y en otros contextos, por lo que el colegio debiera preservar su tiempo y actividades para potenciar otras capacidades y relaciones que quedarían más encubiertas si fuera un espacio similar a otros. El colegio como contrapunto y compensación de habilidades no desarrolladas de otro modo. También, sobre todo en Infantil, se considera que hay otros recursos para motivar a los niños y para hacer que aprendan. En general, se siente que los profesores no pueden estar al margen de las RS, dada su ubicuidad y generalización, pero no se muestra una adhesión clara sin más a ellas.

¿Cómo se podría educar a niños y jóvenes en el buen uso de las redes sociales? Para responder a esta pregunta nos servimos de los 196 comentarios cualitativos del cuestionario y de las respuestas en los grupos focales. Un primer elemento emerge con claridad. Se trataría de conseguir una buena utilización de las RS, para lo cual es imprescindible una buena educación y preparación de los niños. De entrada, muchos opinan que no sería conveniente prohibirlas, demonizarlas o privar de su uso, pues iría contracorriente y además podría causar efectos contrarios a los pretendidos por lo que se sugiere, de entrada, limitar los tiempos de conexión. Ahora bien, la principal categoría de este

apartado es *educativa*. Los verbos más utilizados son concienciar, informar, sensibilizar, hacer ver... Este enfoque educativo se concreta en cuatro variables: (a) potenciar el valor que tiene la vida “real”, haciendo ver lo maravilloso que es la relación interpersonal y las actividades al aire libre y educando más para la vida en general sobre todo en la empatía, el respeto y la responsabilidad. *Si uno es cívico en la vida real, se dice, lo será también en las redes sociales.* (b) proporcionar información de cómo funcionan las redes y promover el pensamiento crítico. Se insiste mucho en poner sobre la mesa, de forma clara, los peligros, consecuencias y problemas asociados, así como sus ventajas y beneficios. La educación de una visión crítica de la vida y el fortalecimiento de la autoestima serían esenciales. (c) llevar a cabo, en los centros educativos, una serie de actividades formativas: charlas, talleres, proyectos de interés, dinámicas en clase, cursillos o cursos de tecnología, asignaturas específicas, teatro... Sin embargo, también se resalta la necesidad de que estas intervenciones sean transversales y no reducidas a momentos puntuales, de que los profesores prediquen en clase con su buen uso y de que se presenten casos reales, incluso presencialmente, de personas han tenido problemas con las RS, que lo hayan vivido. (d) trabajar de manera conjunta con las familias en este aspecto, pues los padres están inmersos en una situación similar a la de la escuela. La coordinación familia-escuela resultaría esencial.

4. Discusión

El uso de internet y de las RS se ha generalizado de tal manera que resulta imposible no estar ahí, conectado casi de forma permanente o intermitente de manera profusa. Según algunas estimaciones, una persona puede emplear en torno a cien días al año en conexión online, lo cual representa una media de casi 7 horas al día, de las cuales dos horas y media son específicas para las RS. En el caso de España, el promedio diario de estancia en RS llega a la hora y veinte minutos, siendo una hora y cuarenta minutos en el caso de la red WhatsApp. Los usuarios españoles activan una media de 4,5 RS y emplean mayoritariamente WhatsApp e Instagram, ocupando Facebook la tercera posición¹⁷. En nuestro estudio, los estudiantes de Educación se conectan a internet en

17 Kemp, S. (2020). Digital 2020. TheNextWeb, publicado en colaboración con We Are Social y con Hootsuite: <https://thenextweb.com/podium/2020/01/30/digital-trends-2020-every-single-stat-you-need-to-know-about-the-internet/> ; Interactive Advertising Bureau (IAB) Spain (2020) ; Estudio

torno a cuatro horas diarias, de las que dos horas y media se dedican a las RS. En esta muestra el número medio de RS utilizadas es de 6 para las mujeres y 5 para los hombres, ocupando WhatsApp e Instagram los primeros lugares, mientras que Facebook aparece en el noveno lugar. Estas diferencias en tiempo (más en internet y menos en RS), en la mayor cantidad de RS usadas y en la posición de Facebook pueden deberse a la franja de edad en la que se mueven (mayoritariamente 18 a 23 años), a su condición de estudiantes universitarios con casi 30 horas de ocupación en clase y/o en Prácticas a la semana y a la consideración de Facebook, tal como se desprende de las intervenciones en los grupos focales, como una red destinada a personas más mayores que ellos. En cualquier caso, el tiempo *online*, especialmente en RS, parece cuantioso.

La valoración que hacen los estudiantes de esta muestra de las RS resulta algo más matizada que la que se obtiene en el estudio del IAB (2020) ya citado. Aunque la escala de medida no es la misma, la población española de 16 a 65 años tiene en buena consideración a las redes sociales yendo desde 6,8 (House Party) hasta 8,4 (WhatsApp), situándose todas excepto la peor valorada por encima del 7,3. Estos estudiantes de Educación las califican como promedio con un 6,8 con una desviación típica de .785, lo que sitúa al 68% de las puntuaciones otorgadas entre 7,6 y 6,1. Cabría sostener que en esta muestra existe una visión un poco más crítica de las RS que en la población general, aunque en ambos casos es más bien positiva. Las tres actividades más realizadas en general en las RS son entretenerse (81%), interactuar (77%) e informarse (66%), algo que coincide con otra formulación con lo que llevan a cabo los estudiantes de Comillas: comunicación y contacto con otros (chatear, conocer gente), escuchar música, cuestiones de ocio y tiempo libre, ver series, películas, documentales y seguimiento de noticias en general. Con respecto a las personas a las que se suele seguir en las RS, tampoco hay diferencias importantes entre la población general y esta muestra: a amigos, conocidos y familiares (98%-97%), a “influencers” (77% en la franja de edad de 16 a 24-70%), a marcas comerciales (52%-40%), a medios de comunicación (41%-40%) y a partidos políticos (19%-16%). Según el estudio IAB 2020, prácticamente la mitad de los usuarios de RS se han planteado dejar de usarlas por miedo a que se filtre su información y a un 34% les gusta recibir publicidad adaptada a sus intereses; en esta muestra, el 63% se siente bastante o

anual de redes sociales 2020. Madrid: IAB. Disponible en: <https://universoabierto.org/2020/06/22/estudio-anual-de-redes-sociales-en-espana-2020/>

muy vigilado en internet y a un 53% no les importa demasiado recibir publicidad. En síntesis, si se tiene en cuenta el diferente intervalo de edad de ambos estudios (16-65 en un caso y 17-25 en el nuestro), no se aprecian diferencias entre esta muestra y la población de referencia.

Con respecto al impacto que las RS tienen en las personas y en el aprendizaje, en la literatura se han resaltado tanto aspectos positivos como negativos. Con bastante frecuencia, los estudios se han centrado en la edad adolescente. Greenhow (2011), tras realizar una serie de estudios con adolescentes, cree que las RS son un espacio de autodescubrimiento y de generación de identidad, de desarrollo de las competencias computacionales y de aprendizaje social, llegando a sostener que, en contra de las apreciaciones negativas sobre el uso de internet, estar en las redes sociales tiene implicaciones para el aprendizaje, el logro educativo y el desarrollo de la juventud. (Cipolletta et al, 2020) encuentran que la autoconstrucción personal de los adolescentes se ve más influida por la recepción o no de “likes” que por el uso en sí mismo de Instagram. Jiang y Ngien (2020, 5) concluyen que la comparación social y la autoestima son factores mediadores del efecto del uso de Instagram en la ansiedad social. Malo Cerrato, Martín Perpiñá y Viñas Poch (2018), observan que el uso excesivo en adolescentes se asocia con un perfil de personalidad caracterizado por el neuroticismo, la impulsividad y un menor autoconcepto familiar, académico y emocional. Oberts et al. (2017) concluyen que los síntomas de depresión y ansiedad conducen al miedo a quedarse solo y perderse algo en las RS y a consecuencias negativas del uso del móvil, especialmente en las mujeres. Una revisión sistemática de los resultados de 13 estudios (Keles, McCrae y Grealisch, 2020) permite decir que, aunque no son enteramente consistentes, existe una correlación general entre el uso activo o pasivo de redes sociales, la comparación social por un lado y problemas mentales de salud como la depresión, la ansiedad y el distrés psicológico en adolescentes por otro. Los futuros profesores de esta muestra han manifestado claramente que la necesidad de aprobación social, especialmente en las personas más jóvenes, la poca formación educativa, el pensamiento crítico escasamente desarrollado y algunos déficits personales como la baja autoestima pueden estar en el origen de una mayor dependencia de los demás y un menor crecimiento personal en aquellos que usan excesivamente las RS. Se trata de unas apreciaciones subjetivas, no derivadas de investigaciones sino de su experiencia cotidiana, que coinciden *grosso modo* con los

estudios anteriores. Los versos que encabezan este artículo reflejan de alguna manera el deseo de no dejarse atrapar por la búsqueda constante del *feedback* inmediato y positivo a todas nuestras interacciones en la red, algo que sin duda contribuiría a mantener una cierta distancia con respecto al impacto de las RS.

En general, en el ámbito educativo se han identificado posibles beneficios de su utilización tales como la potenciación de la comunicación, la creación de una atmósfera colaborativa, la obtención de *feedback* inmediato o el incremento del compromiso e implicación de los estudiantes, pero también se han puesto de relieve algunos inconvenientes y riesgos como el *cyberbullying*, la exposición a material ofensivo, la distracción de las tareas escolares o la reducción de la comunicación cara a cara, entre otros (Blazer, 2012, 3-6; Faizi y Chiheb, 2013). Mukhaini y Al-Badi (2014, 151), en una muestra de 106 estudiantes universitarios, observan que la flexibilidad y disponibilidad de las RS tienen un impacto positivo en el aprendizaje, interacción y motivación de la mayoría de los estudiantes. Greenhow y Askari (2017, 15) revisan una serie de investigaciones hechas con futuros profesores de Infantil y Primaria en las que se pone de manifiesto que el uso de la reflexión colaborativa sobre la práctica docente reduce el aislamiento y potencia la interacción con otros, que la utilización de Facebook incrementa el conocimiento de los temas básicos de un curso, que la redacción de *posts* puede ser un complemento muy beneficioso para las explicaciones de clase, que la percepción de la utilidad en la clase de las RS tiene que ver con la intención de emplearlas en su futura docencia y que se requiere una preparación tecnológica sistemática para poder conectar el uso personal diario de las redes con la docencia. Vanderhoven, Schellens y Valcke (2014) sugieren que cursos preparados para Secundaria sobre la privacidad y seguridad en las redes tienen un escaso impacto en el comportamiento de los adolescentes, aunque sí lograron una mayor sensibilización. Los futuros profesores analizados en este estudio son muy conscientes de la ambivalencia que presentan las RS, tanto en el contexto académico como en el personal y social extraescolar. Quizá precisamente por ello proponen como muy necesario que la educación se ocupe de ellas tanto en lo que se refiere a los niños a los que enseñarán como a ellos mismos, como parece indicar que un 55% se considera necesitado de una mayor formación en las RS. Otra cuestión será conseguir que las iniciativas propuestas al final del apartado anterior tengan su efectividad.

5. Conclusiones

Los informes generales sobre las redes sociales a nivel mundial o a nivel del ámbito español, este mismo estudio sobre la percepción y utilización de las RS por parte de los estudiantes de Magisterio, futuros profesores, así como la experiencia y vivencia cotidiana de cada uno de nosotros ponen en evidencia la generalización y ubicuidad de esta herramienta de comunicación e intercambio de informaciones variadas. Más o menos la mitad de la población mundial está conectada en torno a dos horas diarias a las RS y una cantidad similar de personas está enfrascada en videojuegos que son vistos por *streaming* por un 20% de los usuarios de internet, o sea, que ven cómo otros juegan. Entretenerse, comunicarse, informarse, compartir contenidos propios y ajenos, adherirse a causas nobles y no tan nobles, promover movimientos de masas, ayudar a personas necesitadas, protegerse de o aupar a los gobernantes, trabajar en la distancia en tareas colaborativas, llevar a cabo proyectos de investigación o de otro tipo, celebrar las consecuciones exitosas, lograr sacar unas sonrisas a través de ingeniosos vídeos, abrir oportunidades de trabajo, archivar los recuerdos... y tantas otras actividades más que podrían representar la vida entera *están presentes* en las redes sociales. Su cotidianeidad y penetrabilidad vienen de la mano de su carácter de imprescindibles y necesarias en el momento actual.

Para referirnos a este nuevo contexto se suelen utilizar términos tales como realidad virtual, *online* o en remoto, mientras que para designar la realidad más convencional recurrimos a palabras como presencial, en vivo, *offline* o la verdadera realidad. Con frecuencia se alude a que el mundo virtual interfiere, cambia, incluso suplanta al mundo “real”, como si el segundo que es primigenio y más importante hubiera sido colonizado por el primero que resulta ser un advenedizo. En ocasiones estos dos ámbitos se perciben como encontrados, como en lucha, en el que uno y el otro son percibidos como superior o inferior según las circunstancias. Esta dicotomización de la realidad necesita ser repensada. Si lo virtual está habitado de manera tan profusa por los seres humanos y si de ello se obtienen tantos beneficios y perjuicios, no podemos considerarlo como un aparte de nuestra existencia. La *verdadera* realidad se desarrolla en un espacio y un tiempo que incluye todo aquello en lo que estamos y todo lo que hacemos, con independencia de las mediaciones tecnológicas o presenciales que la posibiliten. Y la educación no puede permanecer al margen de toda la realidad. Por tanto, en nuestra

opinión, se precisa intervenir en todos los ámbitos reales con el fin último de conseguir el desarrollo pleno de la persona. Los procesos educativos son difíciles de llevar a cabo si uno no está o percibe estos nuevos tiempos y lugares desde la lejanía y la crítica, generalmente negativa. Supuesta la necesidad de una intervención de la educación y para la educación en las redes sociales, la pregunta que surge es cómo hacerlo, cómo conseguir audiencia y notoriedad sin caer en procedimientos y en métodos que serían contrarios al respeto y dignidad de las personas. Un profundo debate debería abrirse en este sentido.

En segundo lugar, toda interacción humana conlleva un influjo recíproco continuado a través de los comportamientos, pero también de los pensamientos y expectativas y de las emociones. Lo que piensan, sienten y hacen los demás afecta a lo que uno hace y viceversa. En la vida *offline* los contactos están limitados a los mantenidos con un reducido número de personas a lo largo del día, familiares, amigos, o compañeros de estudio, de trabajo o de actividades lúdicas. Sin embargo, el flujo de las comunicaciones en las redes sociales es constante, vertiginoso a veces y en ocasiones imposible de seguir por saturación comunicativa. La posibilidad de marcar en alguna medida a los demás se ha incrementado exponencialmente por la inmensidad de las exposiciones a las que se ven sometidos los comunicadores, sean emisores o receptores. Estas características de la interacción *online*, esto es, la profusión, velocidad e inmediatez de las respuestas requeridas en los intercambios reduce la capacidad de analizar el impacto que tienen las redes sociales en nuestras vidas. Podríamos decir que la acción, y quizá también la emoción, priman sobre la reflexión. En este punto juegan un papel esencial los “influencers”, pero la influencia del modelado no se reduce sólo a ellos, sino a todo lo que ahí acontece.

Algunos de los aprendizajes que se adquieren en la vida se obtienen casi de manera inconsciente por estar en entornos en los que algo se está viviendo de una manera continuada. Se aprende más fácilmente el valor de la prudencia o la generosidad cuando uno está en contacto con personas que naturalmente se manifiestan como prudentes y generosas. Si a esta vivencia se añade una reflexión sobre la importancia de ser prudente y generoso, entonces el aprendizaje tiene mejores visos de encarnarse en la persona y de ser más duradero. El modelado, para ser eficaz, requiere atención a lo modelado, retención por parte del observador, producción (cognitiva o física) y motivación para

la reproducción (Bandura, 1987, 107-112). La exposición repetida a modelos que reclaman su atención por su apariencia física, que promueven la asimilación y la retención de manera predominantemente emocional, con escasos filtros cognitivos y que generan unas expectativas, reales o ficticias, de obtención de ganancias positivas, puede contribuir a generar un tipo de persona relativamente acrítica y superficial. La influencia modeladora puede operar también en sentido contrario. ¿Es posible organizar la educación para que extienda su poder formativo más allá de las aulas, más allá de las familias, más allá de los espacios presenciales? ¿Cómo multiplicar los efectos de la buena acción educativa? ¿Puede el docente convertirse en un “influencer” también en las redes sociales? El modelado social virtual no puede quedar al margen de los procesos educativos. En tercer lugar, se ha detectado en este estudio y también en otras investigaciones referidas cómo el desarrollo personal se ve afectado por la actividad en las redes sociales, especialmente en los adolescentes y jóvenes. Pareciera como si las ventajas evidentes que derivan del uso de las RS, especialmente las que tienen que ver con la comunicación, la información y el entrenamiento, quedaran palidecidas por algunos efectos negativos que derivan de ellas en algún grado, como la dependencia y la adicción, el deterioro de la imagen personal, la pérdida de privacidad y el maltrato infligido a otros. Aunque la investigación se muestra cauta en este aspecto, dado que estas repercusiones no siempre son claras y pueden estar moduladas por terceros factores, cabría etiquetar como *soft* (aunque importantes) a los beneficios y como *hard* a los perjuicios de las RS. Es cierto, vienen a confirmar los estudiantes de Magisterio de este estudio que las redes sociales aportan muchas e innegables ventajas, hasta el punto de ya no poder prescindir de ellas, pero el peso de su negatividad es muy fuerte y debe ser tenido en cuenta.

¿Cómo hacerlo? Una estrategia, a nuestro juicio equivocada, consistiría en tratar de intervenir en la modificación del contexto virtual de las RS, pero el territorio es tan vasto e inmanejable que sería equivalente a querer vaciar el mar con cucharillas. Algo más rentable parece ser actuar sobre las personas que manejan las redes. Se ha hecho referencia, por un lado, en este texto que las personas sujetas a una mayor vulnerabilidad en las RS son aquellas, especialmente jóvenes, pero no sólo, que no disponen de una buena estructura cognitiva que les permita el procesamiento crítico de la realidad. Educar de forma sistemática en una actitud de sospecha y de no aceptación sin más de las propuestas recibidas junto con el desarrollo de un pensamiento abstracto que

permita sacar factor común de varias realidades y extraer consecuencias de ello, podría ser un buen antídoto cognitivo para no dejarse llevar. Esto, que es válido para las RS, lo es también para las otras esferas de la vida. Por otro lado, también se ha constatado que el impacto negativo de las redes hace más mella en personas de por sí inseguras, necesitadas de aprobación social, dependientes y con una imagen deteriorada de sí. La autoestima personal se fragua en la interacción con los demás que, tras nuestras actuaciones, nos devuelven como en espejo una imagen de nosotros mismos. En la realidad offline el otro te da un feedback oral, corporal y conductual que el sujeto percibe, más lo que se ve del ser en su conjunto del otro. Sin embargo, en el mundo online de las RS, uno se hace una idea de sí a través del reflejo brumoso del otro “encubierto”, casi siempre instantáneo, puntual, pero a veces repetido por muchas personas. Los likes y dislikes multitudinarios pueden afectar en mayor medida que en la relación presencial one-to-one. Educar en una visión positiva fuerte y no superficial de uno mismo puede ser un revulsivo personal contra algunos efectos negativos de las RS. Pero educar en la autoestima lleva su tiempo y comienza desde el nacimiento.

Finalmente, este estudio se ha centrado en los estudiantes de Educación Infantil, Educación Primaria y CAFYDE que se preparan para ser profesores en breve. En muchas de sus respuestas cuantitativas y en muchos de sus comentarios cualitativos se aprecia, como no podría ser de otra manera, una honda preocupación por la formación que tenga que ver con la introducción de la tecnología en las clases y con la participación en las RS. De la constatación de que las RS incrementan su presencia a medida que se progresa en los niveles educativos se pasa a la consideración de que, dado que los niños a quienes hay que educar y los propios estudiantes de profesores participan activamente en las redes, resultaría improcedente y desfasado no contar con ellas si queremos educar en este tiempo. Por tanto, reclaman formación para sí con el fin de poder incorporar de alguna manera, no porque sí, las RS en su futura docencia, aunque predominantemente en el nivel de Primaria. Al mismo tiempo, se propone como imprescindible una educación de los niños y jóvenes en las RS, sea a través de diversas actividades llevadas a cabo en los colegios o a través del ejemplo de sus profesores y los padres. Siempre se recurre a la formación para prevenir determinados comportamientos o para guiarlos de una manera más educativa y prosocial. Sin embargo, es preciso pensar cómo, cuándo y dónde hacerlo. Por ejemplo, si los profesores universitarios que

se encargan de formar a los futuros profesores son reacios, contrarios o no utilizan las RS en absoluto, cómo cabe esperar que estos estudiantes de Educación puedan aprender el sentido, beneficios e inconvenientes de estas redes. Si, por otra parte, los profesores en formación se oponen, aunque sólo sea a la posibilidad de plantearse la utilización de las RS, cómo conseguir abrir una ventana crítica de cuestionamiento al menos. No basta con echar mano de la formación necesaria para niños y futuros profesores. Hay que articular una estructura que la posibilite desde la formación inicial y que la mantenga en el ejercicio profesional.

La vida *online* en las redes sociales parece algo que sucede fuera de nuestra vida *offline* como algo exterior al sujeto, aunque se trate de la misma existencia con dos facetas simultáneas, y parece volcarnos a lo externo. Hemos sostenido que no cabe plantearse no estar ahí, pero quizá no esté mal educar en una nueva mirada que permita a los individuos confrontarse críticamente con la cultura de la imagen (Ímaz Franco y Aza Blanco, 2015). Y quizá tampoco vendría mal seguir la recomendación de Marco Aurelio, en sus *Meditaciones*: “Cava en tu interior. Dentro se halla la fuente del bien, y es una fuente capaz de brotar continuamente, si no dejas de excavar” (Marco Aurelio, VII, 59). Estar vertido hacia fuera y hacia dentro. Difícil conjugación. Ambas acciones necesarias.

6. Bibliografía

- Al-Mukhaini, E. M., Al-Qayoudhi, W. S. y Al-Badi, A. H. (2014). Adoption of Social Networking in Education: A Study of the Use of Social Networks by Higher Education Students in Oman. *Journal of International Education Research*, 10(2), 143-154. DOI: <https://doi.org/10.19030/jier.v10i2.8516>.
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (2020). 22º *Navegantes en la Red*. Encuesta AIMC a usuarios de Internet. Madrid: AIMC. {<https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/navegantes-la-red/>}.
- Bandura, A. (1987). *Pensamiento y acción*. Martínez Roca.
- Bicen, H. y Uzunboylu, H. (2013). The Use of Social Networking Sites in Education: A Case Study of Facebook. *Journal of Universal Computer Science*, 19(5), 658-671. https://www.researchgate.net/publication/268800025_The_Use_of_Social_Networking_Sites_in_Education_A_Case_Study_of_Facebook.

- Blazer, C. (2012). Social Networking in Schools: Benefits and Risks; Review of the Research; Political Considerations; and Current Practices. *Information Capsule* (Research Services Miami-Dade County Public Schools), 1109(April), 1-23. (<http://drs.dadeschools.net>).
- Cipolletta, S., Malighetti, C., Cenedese, C. y Spoto, A. (2020). How Can Adolescents Benefit from the Use of Social Networks? The iGeneration on Instagram. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), 6952. <https://doi.org/10.3390/ijerph17196952>.
- Del Moral Pérez, M. E. y Villalustre Martínez, L. (2012). Presencia de los futuros maestros en las redes sociales y perspectivas de uso educativo. Presence of preservice teachers in social networks and prospects for educational use. *Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa*, 11(1), 41-51. {<http://campusvirtual.unex.es/revistas>}.
- Faizi, R. y Chiheb, R. (2013). Exploring the Potential Benefits of Using Social Media in Education. *International Journal of Emerging Technologies in Learning*, 3(4), 50-53. DOI: 10.3991/ijep.v3i4.2836.
- Finkel Morgenstern, L. y Gordo López, Á. (2019). Redes sociales, mujeres y marcas. Una aproximación Netnográfica. *Espacio Abierto Cuaderno Venezolano de Sociología*, 28(3), 25-45. <https://produccioncientificaluz.org/index.php/espacio/article/view/29322>
- FIUC (2014). Las culturas de los jóvenes en las universidades católicas. Un estudio mundial. Centro Coordinador de la Investigación (FIUC). {<http://bit.ly/1W8VGfl>}.
- González Iglesias, J.A. (2015). *Confiado*. Visor.
- Greenhow, C. (2011). Learning and social media: What are the interesting questions for research? *International Journal of Cyber Behavior, Psychology and Learning*, 1(1), 36-50. DOI: 10.4018/ijcbpl.2011010104.
- Greenhow, C. y Askari, E. (2017). Learning and teaching with social network sites: A decade of Research in K-12 related education. *Education and Information Technologies*, 22(2), 623-645. <http://dx.doi.org/10.1007/s10639-015-9446-9>.
- Ímaz Franco, R. y Aza Blanc, G. (2015). Educar la mirada. *Sal Terrae*, 103, 587-599.
- Interactive Advertising Bureau (IAB) Spain (2020). *Estudio anual de redes sociales 2020*. IAB. {<https://universoabierto.org/2020/06/22/estudio-anual-de-redes-sociales-en-espana-2020/>}.
- Interactive Advertising Bureau (IAB) Spain (2020). *Estudio anual de redes sociales 2020*. IAB. {<https://universoabierto.org/2020/06/22/estudio-anual-de-redes-sociales-en-espana-2020/>}.
- Jiang, S. y Ngien, A. (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. *Social Media + Society*, April-June, 1-10.
- Keles, B., McCrae, N. y Grealisch, A. (2020). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 79-93. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>.

- Malo Cerrato, S., Martín Perpiñá, M.M y Viñas Poch, F. (2018). Excessive use of social networks; Psychosocial profile of Spanish adolescents. *Comunicar*, XXVI(56), 101-109. <https://doi.org/10.3916/C56-2018-10>.
- Marco Aurelio (2014). *Meditaciones*. Gredos.
- Oberts, U. Wegmann, E, Todt, B. Brandt, M. y Chamarro, A. (2017). Negative consequences of heavy social networking in adolescents: The mediating role of fear of missing out. *Journal of adolescence*, 55, 51-60. doi: 10.1016/j.adolescence.2016.12.008.
- Simon, E. (2012). *The impact of online teaching on higher education faculty's professional identity and the role of technology: the coming of age of the virtual teacher*. (A thesis submitted to the Faculty of the Graduate School of the University of Colorado in partial fulfilment of the requirement for the degree of Doctor of Philosophy, ATLAS Institute). {https://www.colorado.edu/atlas/sites/default/files/attached-files/the_impact_of_online_teaching_on_higher_education_faculty.pdf}.
- Vanderhoven, E., Schellens, T. y Valcke, M. (2014). Educating Teens about the Risks on Social Networks Sites. An intervention study in Secondary Education. *Comunicar*, XXII(43), 123-131. DOI: 10.3916/C43-2014-12.
- Vázquez-Martínez, A. I. y Cabero-Almenara, J. (2015). Las redes sociales aplicadas a la formación. Social networks applied to training. *Revista Complutense de Educación*, 26 (Núm. Especial), 253-272. DOI: https://doi.org/10.5209/rev_RCED.2015.v26.47078.

ANEXO I

Cuestionario sobre Redes sociales y educación (Percepción de estudiantes de Educación 2020-2021)

1. Curso
2. Carrera
3. Edad
4. Sexo
5. ¿Cuánto tiempo empleas al día en el móvil, tablet, dispositivos electrónicos y televisión? (Menos de una hora — Más de cuatro horas)
6. ¿Cuánto tiempo empleas al día en las redes sociales (RS)? (Menos de una hora — Más de cuatro horas)
7. ¿Qué redes sociales utilizas? Puedes marcar varias.
8. Tu opinión general sobre el conjunto de redes sociales. (Muy positiva — Muy negativa).
9. ¿Podrías explicar brevemente por qué tienes esa opinión?
10. Valora el impacto que los “influencers” tienen en la gente que les sigue (Negativo claramente — Positivo claramente).
11. ¿Podrías decir brevemente por qué valoras así su influencia?
12. Piensa en todas las personas a las que sigues (amigos, familiares, conocidos, “influencers”...) de forma pasiva o activa. ¿Cuántos son aproximadamente (número de cuentas)? (Menos de 100 — Más de 900).
13. ¿A cuántos “influencers”, “youTubers”, “streamers”... propiamente dichos sigues de manera activa, leyendo sus contenidos? (A ninguno — Más de 200)
14. Los “influencers”, “youTubers”, “streamers”... a los que sigues, ¿de qué áreas son? (puedes marcar varias).
15. De las siguientes descripciones, ¿cuál te define mejor? (Soy más bien de seguir los contenidos de otros– Soy más bien de crear contenidos propios y subirlos).
16. Actividades principales cuando te conectas a las Redes Sociales.

17. En los últimos 30 días, ¿has compartido algún tipo de contenidos en la web? (puedes marcar varias): (Sí, fotos/audio/vídeos propios o de otras personas — Sí, comentarios/opiniones propias o de otras personas)
18. ¿En qué medida crees que lo que te llega por las Redes Sociales afecta a tu persona? (Mucho — Nada).
19. Si te afecta en alguna medida, ¿cómo crees que es este influjo? (Claramente negativo y perjudicial — Claramente positivo y beneficioso).
20. ¿Por qué crees que te afecta? Explícalo brevemente.
21. ¿A quiénes sueles seguir en las redes sociales? (Puedes marcar varias).
22. Actualmente, ¿cuánto se usan las redes sociales en las clases de Educación Infantil? (Mucho, en casi todas — Muy poco, en casi ninguna).
23. Y en Primaria, ¿cuánto se usan las redes sociales en las clases de Primaria? (Mucho, en casi todas — Muy poco, en casi ninguna).
24. Imagínate que ya has terminado tus estudios de Educación y que vas a comenzar a trabajar ya. ¿Incorporarías las redes sociales en tu docencia habitual? (De ninguna de las maneras, no — En la gran mayoría de las clases).
25. Si has respondido que sí las incorporarías en alguna medida, ¿cómo lo harías?
26. ¿Cómo sientes que es tu preparación para introducir las RS en tu futura docencia? (Excelente, lo podría hacer ya--- Muy mala, apenas sé nada de esto).
27. ¿A qué tipo de personas crees que estar en las redes sociales puede afectarles más negativamente?
28. ¿Te sientes vigilada/o en Internet? (Mucho — Nada).
29. Antes de darte de alta y crear tu perfil en las RS, ¿has leído la “política del uso de datos” que tienen? (No, nunca — Sí, lo he hecho siempre).
30. ¿Te preocupa que se puedan aprovechar en las RS tus datos, tus búsquedas y tus informaciones para ofrecerte publicidad adaptada a tus gustos e intereses? (No, en absoluto, casi lo agradezco — Sí, me preocupa muchísimo, si pudiera la eliminaría).
31. Marca la frase que mejor te describe. Me considero (Muy dependiente de las RS, rayo en la adicción — Muy independiente, no me siento para nada atada/o a ellas).
32. Ya para terminar, ¿cómo crees que se podría educar a los niños y jóvenes en un buen uso de las redes sociales?

Article received on 28/04/2021 and accepted on 29/07/2021.

Creative Commons Attribution License | This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (CC BY). The use, distribution or reproduction in other forums is permitted, provided the original author(s) and the copyright owner(s) are credited and that the original publication in this journal is cited, in accordance with accepted academic practice. No use, distribution or reproduction is permitted which does not comply with these terms.