



**UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID**

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2016/2017

Nº de proyecto: 293

Título del proyecto: “Utilización de las Redes Sociales como parte de las actividades académicas y profesionales de los estudiantes del Máster Universitario en Comercio Electrónico”

Nombre del responsable del proyecto: Pedro López Sáez

Centro: Facultad de Comercio y Turismo

Departamento: Organización de Empresas

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

En la solicitud del proyecto se planteaba como objetivo general la creación, gestión y promoción de perfiles vinculados al Máster Universitario en Comercio Electrónico en las siguientes redes sociales: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y LinkedIn.

La utilización de las redes sociales mencionadas buscaba tres objetivos principales: uno docente, otro profesional, orientado a mejorar la empleabilidad de los estudiantes, y otro transversal, que facilitará de los dos anteriores. Así, este proyecto busca: a) favorecer el contacto entre profesorado y estudiantes, abierto además a profesionales y otras personas interesadas en las disciplinas que se imparten en el Máster; b) permitir que los estudiantes desarrollen habilidades en el manejo profesional de las redes sociales, las cuales favorezcan su desarrollo laboral posterior; y c) incrementar el "sentimiento de pertenencia" de los alumnos actuales de cara a favorecer el aprendizaje colectivo, y la fidelización de antiguos alumnos, que podrán implicarse también de manera activa a través de las redes en las actividades académicas y extraacadémicas del Máster.

Además, como objetivos específicos se incluía:

- La difusión y apoyo a estos perfiles gracias a los profesores que imparten docencia en el Máster (casi un 50% de ellos participa en el equipo de este proyecto).
- La difusión y apoyo a estos perfiles gracias a los estudiantes que cursan el Máster (más de un 25% de ellos participa en el equipo de este proyecto).
- La difusión y apoyo a estos perfiles gracias a antiguos alumnos que están en ejercicio profesional.
- La difusión y apoyo a estos perfiles gracias a profesores que tienen vínculos con las actividades profesionales para las que forma el Máster (hay miembros del equipo del proyecto con este perfil).
- La difusión, por el propio funcionamiento de las redes, a otros profesionales, estudiantes o personas que comparten las mismas inquietudes.
- La utilización de las redes sociales como plataformas para la relación con los alumnos, de manera que se pueda contactar con antiguos alumnos y generar una base de datos actualizada. Esto podría dar pie a la organización de actividades anuales como programas de continuidad, programas de mentores para estudiantes actuales, implicación en conferencias, jornadas o mesas redondas con antiguos alumnos, en las que compartan su trayectoria profesional y conocimientos expertos con los alumnos nuevos.
- La consecución de una red de estudiantes, antiguos alumnos, profesores, profesionales, instituciones y empresas que amplíe los contactos de todos ellos y redunde en una nueva forma de aplicar las redes sociales a las enseñanzas del Máster.
- La organización de unas Jornadas sobre Redes Sociales, con fines académicos y profesionales, con la intervención de especialistas en cada una de estas redes, y

abiertas, no sólo a los estudiantes y antiguos alumnos del Máster, sino a toda la comunidad universitaria y a la sociedad en general.

2. Objetivos alcanzados

Los objetivos del proyecto se vieron seriamente afectados por la publicación, el 26 de abril de 2016, del Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se derogaba la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos), que puede consultarse en el siguiente enlace: <https://www.boe.es/doue/2016/119/L00001-00088.pdf>

El Reglamento 2016/679 establece que "la protección de las personas físicas debe aplicarse al tratamiento automatizado de datos personales, así como a su tratamiento manual, cuando los datos personales figuren en un fichero o estén destinados a ser incluidos en él". El conjunto de redes sociales planteadas como objetivo general del proyecto (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y LinkedIn) ponían en manos de las respectivas empresas los datos de los estudiantes del Máster, así como de profesores, antiguos alumnos, etc. Al entender que todas estas redes mantenían conexiones profesionales y/o comerciales de acuerdo al citado reglamento, se valoró el abandono de este objetivo principal a fin de garantizar la máxima protección de las personas físicas afectadas en este caso en relación con el tratamiento de datos personales, derecho fundamental recogido en el primer artículo del Reglamento 2016/679.

A pesar de lo anterior, y conscientes de la importancia de la idea principal del proyecto de aprovechar los medios digitales como conexión de la comunidad académica vinculada al Máster Universitario en Comercio Electrónico, se trató de buscar una solución que respetara el Reglamento 2016/679. Así, tras una intensa comunicación y debate entre del equipo de trabajo, se modificó el objetivo inicial a una única red social, siendo la elegida distinta a las propuestas inicialmente: Google+. La elección de Google+ obedeció a múltiples causas:

- Está vinculada directamente a la cuenta UCM de cualquiera de los posibles participantes (alumnos y profesores), por lo que presenta facilidad de creación y gestión, así como una integración plena del resto de servicios UCM a los que tiene acceso la comunidad del MUCE.
- No supone intromisión personal alguna en las cuentas y contenidos personales de los estudiantes, como puede ser el caso de Facebook o Instagram, o profesionales, como es el caso de LinkedIn. Permite centrarse precisamente en el perfil académico de los participantes vinculados al MUCE.
- Permite restringir los participantes, evitando la fuga de información o datos de carácter personal hacia el exterior de la comunidad constituida. Este criterio fue el fundamental, por ser el más garantista con el derecho fundamental de protección de las personas físicas en el tratamiento de sus datos personales.

El nuevo objetivo general se alcanzó plenamente con la creación de la comunidad virtual en Google+, y con una participación del 100% de los estudiantes de la quinta promoción del MUCE y un total de 65 publicaciones a la fecha de redacción de la presente memoria.

Así mismo, también se alcanzó el objetivo específico previsto inicialmente de difusión del perfil (comunidad en este caso) entre los estudiantes que cursan el Máster.

Dada la importancia que tiene una adecuada moderación de contenidos, y control en cantidad y calidad de los mismos, se decidió que el proyecto se ejecutase en dos fases. En la primera, el coordinador del MUCE crearía la comunidad virtual y actuaría como moderador y animador de la misma, invitando a participar a los estudiantes de la quinta promoción del MUCE. En una fase posterior se plantearía la inclusión del resto de profesores del Máster y de antiguos alumnos en ejercicio profesional (objetivos específicos planteados también en el proyecto). Se mantenía, por tanto, para el largo plazo, el objetivo de construir una red de estudiantes, antiguos alumnos y profesores, excluyendo por las razones comentadas anteriormente a profesionales, instituciones y empresas.

El cambio de planteamiento sobre el originalmente llevó al abandono de varios de los objetivos específicos planteados inicialmente. En concreto, los siguientes:

- La difusión mediante profesores vinculados a las actividades profesionales para las que forma el Máster.
- La difusión por el propio funcionamiento de las redes, a otros profesionales, estudiantes o personas que comparten las mismas inquietudes.
- La utilización de las redes sociales como plataformas para la relación con los alumnos, de manera que se pueda contactar con antiguos alumnos y generar una base de datos actualizada.

El objetivo de organizar unas Jornadas sobre Redes Sociales, con fines académicos y profesionales, con la intervención de especialistas en cada una de estas redes, y abiertas, no sólo a los estudiantes y antiguos alumnos del Máster, sino a toda la comunidad universitaria y a la sociedad en general se abandonó por la falta de dotación presupuestaria para la ejecución del proyecto.

Sí que se realizó, pero no de una manera directamente vinculada al proyecto, la organización actividades de actividades en las que antiguos alumnos tuvieran ocasión de compartir su trayectoria profesional y conocimientos con los alumnos actuales del título, con una acogida muy favorable por parte de estos últimos.

En línea con los objetivos derivados del uso de redes sociales, decir que se han podido alcanzar las tres dimensiones originalmente planteadas: a) favorecer el contacto entre profesorado y estudiantes; b) que los estudiantes desarrollen habilidades en el manejo profesional de las redes sociales; y c) incrementar el “sentimiento de pertenencia” de los alumnos actuales de cara a favorecer el aprendizaje colectivo, vinculando a antiguos alumnos en las actividades académicas y extraacadémicas del Máster.

3. Metodología empleada en el proyecto

La investigación sobre redes sociales en educación sugiere que su integración en entornos de aprendizaje puede generar nuevas formas de comunicación, colaboración, identidad compartida y desarrollo de conocimiento, causando impactos cognitivos, sociales y emocionales positivos (Greenhow y Gleason, 2014). La metodología empleada en este proyecto se centra en el aprendizaje mixto, aplicado a través de redes sociales, y en concreto a través de la creación de una comunidad virtual mediante Google+.

Como señalan Ackland y Swinney (2015), el aprendizaje mixto o blended-learning, se basa en teorías socio-constructivistas que promueven el aprendizaje como un proceso de participación, en lugar de como proceso de adquisición, considerando que el conocimiento se genera por “negociación y acuerdo social” entre los participantes. A diferencia de la pedagogía para el aprendizaje online, que enfatiza un acceso individual flexible a materiales de expertos, en este caso se trata de facilitar el proceso grupal, utilizando la tecnología para la conexión entre participantes.

La utilización de las redes sociales, de acuerdo con Greenhow y Gleason (2014), incorpora el “socio-constructivismo” mediante conocimiento descentralizado, accesible y co-construido entre diversos usuarios. No obstante, estos autores señalan que las redes sociales también se asocian al “conectivismo”, que considera el aprendizaje como el proceso de creación de conexiones y articulación de una red.

Comunidad y red son dos facetas de las estructuras sociales en las que se produce el aprendizaje. La comunidad enlaza con la construcción de una identidad compartida sobre una temática (Leone y Biancofiore, 2015), que en nuestro caso es el MUCE. Por otra parte, la red consiste en un conjunto de interacciones entre los participantes, con razones particulares para conectarse, como información, enlaces útiles, solución conjunta de problemas y creación de conocimiento (Leone y Biancofiore, 2015). Estas conexiones inicialmente se establecen entre la coordinación del Máster y los estudiantes, extendiéndose posteriormente al conjunto de profesores y antiguos alumnos. El aprendizaje que posibilitan las redes sociales y las tecnologías colaborativas es activo, basado en procesos y experiencias, vinculado a los intereses de los estudiantes, y potencia el aprendizaje independiente y autorregulado.

Google+ evita problemas de privacidad (Erkollar y Oberer, 2013) y difumina las relaciones jerárquicas profesor-estudiante mediante espacios comunitarios privados para compartir publicaciones (Ackland y Swinney, 2015). Las comunidades de Google+ permiten crear un grupo cerrado donde publicar comentarios, fotos y enlaces (Ackland y Swinney, 2015). Además, integra herramientas colaborativas como los documentos compartidos a través de GoogleDrive y la video-llamada múltiple a través de Google Hangouts, muy útiles para el aprendizaje online (Erkollar y Oberer, 2013).

Estas características hacen que el entorno integrado en Google+ sea innovador (Ackland y Swinney, 2015), y adecuado para un enfoque de “trabajo inteligente” (Leone y Biancofiore, 2015).

4. Recursos humanos

Los recursos humanos que formaban parte del proyecto intervinieron en el mismo, si bien algunos adoptaron un papel más predominante en ciertas fases. El conjunto de recursos humanos representó a cuatro colectivos fundamentales para el desarrollo del proyecto:

- Profesores del Máster: Pedro López Sáez, José Manuel Ponzoa Casado, Miguel Houghton Torralba, Manuel Francisco Morales Contreras y José Ramón González García.
- Alumnos del Máster: Lorena Pérez González, Daniel Alexis Gutierrez García, Segio González Gómez, Andrea Fidalgo Manchón y Paula Sagrario Alvarado.
- Profesores con contactos profesionales: Juan Carlos Sánchez Figueroa y Jaime González Massip.
- Antiguos alumnos del Máster: Marta Castellanos, Adrián Rodríguez Virtus, Javier Martínez Martí, Jenny Paola López Mangia, y Rashyt Ismael Chaves Mora.

5. Desarrollo de las actividades

Debido a las circunstancias comentadas en el punto segundo de la presente memoria, tampoco se pudo seguir la secuencia de actividades prevista. En su lugar, se siguieron las siguientes fases en el desarrollo de las actividades:

Fase I: Análisis contextual previo al desarrollo del proyecto

Esta primera fase, no prevista inicialmente, tuvo una duración muy dilatada en el tiempo, exigiendo consultas variadas a través de contactos no sólo entre los integrantes del equipo de trabajo, sino con terceras partes, con conocimientos legales aplicados al contexto de Internet y en particular a las redes sociales. El mayor retraso para el desarrollo del proyecto se produjo por la necesidad de analizar el impacto del Reglamento 2016/679 sobre el proyecto. Más allá de la cuestión de posibles repercusiones legales, durante esta fase se detectaron diversas cuestiones relevantes para el desarrollo posterior del proyecto:

Los estudiantes eran reticentes a la hora de utilizar sus perfiles personales de Facebook e Instagram para las actividades académicas, planteando la necesidad de crear nuevos perfiles específicos, que posiblemente abandonarían al finalizar el Máster. Esto hacía que el propósito inicial del proyecto perdiese parte de su interés por su falta de resultados en el largo plazo. Esta realidad puso de manifiesto que el uso que los estudiantes hacen de las redes sociales se segmenta según propósitos: relación con amigos y familiares (ocio), relación con posibles empleadores (profesional) y relación con profesores y compañeros (académico).

El grupo de profesores participantes en el proyecto cuestionaron la necesidad de plantear actividades prácticas, casos de discusión, etc. a través de las redes sociales, pues ese papel ya queda convenientemente cubierto por el Campus Virtual, el cual se usa de manera intensiva por todos ellos. En consecuencia, se decidió dar una

orientación general sobre comercio electrónico y estudios de Máster a los contenidos a incluir en redes social.

Los profesores con experiencia en el uso profesional de las redes sociales señalaron que el coordinador o responsables designados para las redes sociales del Máster debían tener en cuenta seriamente las importantes necesidades de tiempo y conocimientos específicos que resultarían necesarios para la gestión de los distintos perfiles. Además, la existencia de perfiles no activos genera un importante problema de imagen que es completamente desaconsejable. Así, desde el ámbito profesional, se recomendaba seleccionar un número más limitado de redes sociales, que pudieran tener un impacto considerable en la audiencia objetivo (en este caso estudiantes del MUCE) y avanzar poco a poco en su utilización, evaluando la respuesta de dicha audiencia y el tiempo necesario para la incorporación de contenidos.

Fase II: Creación y despliegue de la comunidad virtual en Google+

Esta fase comienza con la elección de Google+ como plataforma única para el desarrollo del presente proyecto por las razones que se describieron en el apartado segundo de esta memoria, y con la decisión de que la comunidad virtual fuera cerrada o por invitación únicamente para asegurar el máximo derecho a la privacidad de los datos de carácter personal de los participantes. También se acordó realizar un despliegue secuencial hacia las audiencias objeto del proyecto, comenzando por los estudiantes del Máster, para pasar en un momento posterior al conjunto del profesorado y a antiguos alumnos.

La ejecución de esta fase del proyecto estuvo a cargo del Coordinador del Máster, el profesor Pedro López Sáez, responsable de la creación de la comunidad virtual. Desde la coordinación del Máster, se invitó a los alumnos de la quinta promoción a unirse y participar en la misma. La selección y frecuencia de contenidos a publicar se realizó, tal y como se había previsto en la fase anterior, con una importante exigencia de trabajo adicional a las actividades académicas restantes. No obstante, se observó una importante complementariedad con la utilización de la página web oficial del Máster y con el calendario de actividades académicas y extra-académicas. Las labores de moderación, asumidas también por el Coordinador del Máster, no supusieron, por el contrario, un esfuerzo significativo, pues el grado de participación de los estudiantes fue reducido y en todas las ocasiones correcto y respetuoso.

Fase III: Evaluación de resultados

Esta última fase de control de implantación se planteó sobre los objetivos iniciales y también sobre los objetivos revisados de acuerdo a la situación descrita en el segundo apartado de la memoria.

Originalmente se esperaba un alcance o impacto sobre el 80% del total de estudiantes, antiguos alumnos, y profesores del Máster. No obstante, dado el cambio de audiencias establecido, limitándola únicamente a alumnos y con el planteamiento de extensión en un futuro a profesores y antiguos alumnos, sólo se evaluó el alcance sobre el total del alumnado de la quinta promoción del MUCE. En este caso, se alcanzó al 100% de los estudiantes matriculados, que se convirtieron en miembros de la comunidad virtual del Google+.

Las métricas de difusión o alcance para las publicaciones realizadas no se calcularon al haber optado por una comunidad cerrada por razones de privacidad.

El conjunto de lecciones aprendidas a partir de la experiencia acumulada en el desarrollo del proyecto son las siguientes:

- En el contexto europeo, la utilización de redes sociales como apoyo a las actividades académicas exige plena observancia del Reglamento 2016/679, de manera que se pueda garantizar la máxima protección de las personas físicas implicadas en relación con el tratamiento de sus datos personales.
- La selección del número y tipo de redes sociales debe ser cuidadosa, a fin de poder mantener un nivel de actividad apropiado y de poder obtener la máxima implicación e interés por parte de los estudiantes. Tanto la eficacia como la eficiencia de las actividades dependen de estas decisiones preliminares, que es necesario estén adaptadas al contexto y objetivos a lograr.
- El esfuerzo de selección y generación de contenidos exige una dedicación considerable, y los estudiantes muestran un nivel de interacción escaso, pues en la configuración de audiencia establecida en este caso parecen percibir cierta distancia “jerárquica” con el coordinador que puede lastrar su participación, y seguir roles de consumidor de contenidos en la mayoría de los casos, replicando las dinámicas que se dan en otro tipo de entornos virtuales a los que están habituados, como el Campus Virtual de las distintas asignaturas. La generación de dinámicas que fomenten la participación supondría un esfuerzo adicional.
- Se debe evitar la intromisión en ámbitos personales o lúdicos del alumno, pues pueden coartar su participación, y se debe buscar la complementariedad en el uso de las redes sociales respecto a otros medios electrónicos de relación con el estudiante como es el caso del Campus Virtual.
- En el marco de la UCM, Google+ permite cumplir con las anteriores condiciones de manera efectiva, y no muestra barreras significativas para la adopción por parte de los estudiantes al disponer de una interfaz similar a la de Facebook, de adopción mayoritaria entre este público.

6. Anexo: bibliografía

Ackland, A., & Swinney, A. (2015). Material matters for learning in virtual networks: A case study of a professional learning programme hosted in a Google+ online community. *Research in Learning Technology*, 23(1), 26677.

Erkollar, A., & Oberer, B. J. (2013). Putting Google+ to the Test: Assessing Outcomes for Student Collaboration, Engagement and Success in Higher Education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 83, 185-189.

Greenhow, C., & Gleason, B. (2014). Social scholarship: Reconsidering scholarly practices in the age of social media. *British Journal of Educational Technology*, 45(3), 392-402.

Leone, S., & Biancofiore, G. (2015). Leveraging teamwork by Google+ in a lifelong learning perspective. *Knowledge Management & E-Learning*, 7(2), 215.