

REDES SOCIALES

PROFESORES 2.0

La comunidad docente sale al encuentro de la sociedad en el entorno digital



IVÁN FOMBELLA

«El profesor debería aspirar a convertirse en referente en el tema sobre el que imparte clase, y que esa capacidad de referencia tuviese un escaparate en la web social», afirma Enrique Dans. Con sus más de 185.000 seguidores en Twitter, 33.000 me gusta en su página de Facebook y uno de los blogs de divulgación más leídos en España, este profesor de Sistemas de la Información en IE Business School es uno de los ejemplos más claros

de ese salir al escaparate que tan raro resulta aún cuando se habla de docentes universitarios. Y sin embargo, la imagen del profesor encerrado en su despacho como en una torre de marfil, sin conexiones con el exterior, está comenzando a cambiar bajo el influjo de estas nuevas tecnologías.

Rodeados de deportistas, cantantes y periodistas, se cuelan ya entre los españoles más seguidos en redes como Twitter unos cuantos profesores, sobre todo de Co-

municación, pero también de Economía (Xavier Sala i Martín, que trabaja en la Universidad de Columbia) o Ciencias (José Manuel López Nicolás, autor del blog *Scientia* y profesor de Bioquímica en la de Murcia).

Muchos de estos nuevos profesores 2.0 escriben regularmente en su propio blog y actualizan todo un cóctel de redes sociales, además de la de *microblogging*: Facebook, Pinterest, Instagram, etc. «Como modo de comunicación,

prácticamente cualquier profesor podría utilizarlas», afirma Sonia Blanco, profesora de Ciencias de la Comunicación en Málaga, además de una de las tuiteras y blogueras más seguidas de la universidad española.

Pero puntualiza: «Como apoyo o dinamizador de la asignatura, hay que tener en cuenta otros factores, como por ejemplo la relación de la asignatura con la actualidad. Si no, se convierten en una distracción, y lo que es peor, es

una obligación para los alumnos que no entienden la utilidad».

Para José Luis Orihuela, profesor de la Universidad de Navarra y autor del libro *Mundo Twitter*, además del blog *eCuaderno*, las redes sociales tienen dos tipos de utilidades para el profesor: «Pueden utilizarse como recurso didáctico para extender las clases más allá de las aulas y como plataforma de difusión para mejorar la visibilidad de la marca personal de los docentes». En el primer caso,



eCUADERNO

José Luis Orihuela. Profesor en Navarra y autor del libro 'Mundo Twitter', escribe sobre el nuevo periodismo.



REFLEXIONES

Sonia Blanco. Da clase de Comunicación en Málaga y repasa en su blog las últimas tendencias audiovisuales: series, películas, televisión...



SCIENTIA

José Manuel López Nicolás Bioquímico en Murcia, su blog somete a juicio científico a supuestos fármacos milagro, alimentos y otros productos.



WEB

Xavier Sala-i-Martin. Economista en Columbia y ex directivo del Barça, dos de sus pasiones protagonizan su aportación en blogs y redes.



BLOG

Enrique Dans. El profesor de la IE Business School es autor de referencia en todo lo referido con la innovación en las TIC.

se crean nuevos espacios de comunicación, virtualizando los tradicionales (despacho, aula, biblioteca o laboratorio). «Estamos redescubriendo y experimentando el alcance de la visión *mcLuhiana* del aula sin muros», señala Orihuela.

Dans, por su parte, añade un tercer modo de empleo: «Los profesores deberían incentivar el uso de las redes sociales como una herramienta de entrega de trabajos, de participación del alumno, de exposición de temas».

«Pero está generando eso un verdadero acercamiento a los alumnos y a los otros docentes? «Mi experiencia me dice que el uso de redes sociales con alumnos supone un acercamiento a ellos, pero hay que poner ciertos límites, entre otras cosas para que no se sientan *vigilados*. Por ejemplo, yo no sigo a alumnos de clase en Twitter, ni les pido que me sigan, pero sí que sigan el *hashtag* de la asignatura», puntualiza Blanco.

lector y tratarlo como a uno le gustaría que le tratasen en ese contexto». Y según Blanco, la fórmula se haya en «encontrar un equilibrio». Es decir, que es necesario saber de antemano por qué y para qué se está en redes sociales. «En mi caso el uso es principalmente profesional, lo cual no quita que de vez en cuando incluya algún comentario o fotografía personal. Pero soy consciente de que la gente no me sigue para ver las publicaciones de 'mi precioso cachorrito', o 'las monerías de mi bebé'», puntualiza.

Respecto a la implantación de las redes sociales y los blogs en la comunidad universitaria española, no todos los expertos están de acuerdo. «En España, el contexto de la actividad educativa dificulta la aplicación de este tipo de cuestiones. Profesionales desmotivados, mal pagados, enfocados a otro tipo de asuntos, incentivados en el sentido erróneo... Todos los muy conocidos males de la educa-

El profesor puede utilizar internet como herramienta didáctica o para mejorar la visibilidad de su marca personal

«Si una persona publica sus trabajos, sus artículos y sus opiniones en la web social, ofrece la posibilidad de un contacto mucho más centrado en unos objetivos determinados, y sensiblemente más cualificados.

Además, facilita sensiblemente la interacción. Antes no podías contactar si no tenías un teléfono o conocías a un contacto común. Ahora, enviar un tweet, poner un mensaje en un muro de Facebook o enviar un correo electrónico son medios que están al alcance de cualquiera», explica Dans.

No obstante, a la hora de entrar en las redes sociales, hay que tener en cuenta también cómo se interactúa. Para Dans, «se trata simplemente de tener un poco de capacidad de empatía con la audiencia que hay al otro lado, de aplicar algo de inteligencia emocional, de ponerse en el lugar del

ción española se alían para hacer que en esta materia nos encontremos notablemente retrasados», dice Dans.

También Orihuela reconoce que «en EEUU y en América Latina, por razones diversas, ha habido un proceso de adopción académica de tecnologías *sociales* más rápido», pero matiza que llegar más tarde puede suponer una ventaja «si se sabe aprovechar». Concretamente, permite evitar los errores de los pioneros y apostar directamente por las plataformas más consolidadas. Y Blanco destaca que «cada vez hay más profesores utilizándolas en clase».

Aún así, todos defienden que lo que el profesor debe buscar es la calidad por encima de la cantidad. «El número de seguidores no es una métrica indicativa de que se está haciendo bien», asegura **Enrique Dans**.