Creación y uso de redes sociales propias para gestionar centros educativos de español como lengua extranjera

Paula Beiro de la Fuente

Instituto Bilingüe Károly Mihály de Budapest, Hungría

DESCRIPCIÓN

En la presente comunicación analizaremos cómo pueden ser aplicadas las ventajas de las redes sociales a la gestión de un centro de enseñanza de español.

Estudiaremos por qué las redes sociales se han convertido en aplicaciones usadas masivamente; y cuál de estos canales puede ser el más recomendado para que su estructura sea emulada como sistema de comunicación de un centro de enseñanza de español.

Por último presentaremos algunas recomendaciones básicas de uso de una red social dentro del centro educativo a fin de que sea utilizada como una herramienta de trabajo y su resultado sea por completo efectivo.

Palabras clave: redes sociales, TIC (Tecnologías de la Información y la Comunicación), TIC en la enseñanza, Twitter, Facebook, Yammer, centros de español, español como lengua extranjera, ELE, redes sociales en la enseñanza, gestión de centros educativos, comunicación en centros de enseñanza.

METODOLOGÍA

La metodología es científica desde el planteamiento inicial. Veremos en la práctica su aplicación, para hacer ver a los lectores las propiedades y características de disponer de una red social propia dentro de un centro de enseñanza de español.

MARCO ACADÉMICO

Tecnologías de la Información y la Comunicación aplicadas a la gestión de un centro de enseñanza de español, a través de una exposición teórica y práctica.

INTRODUCCIÓN

Es indiscutible la difusión y aceptación que las redes sociales disfrutan hoy en día entre las personas. Sin duda, los usuarios de Internet se han acostumbrado a su funcionamiento y acciones cotidianas, tales como mandar mensajes privados o compartir archivos, se hacen de manera mecánica.

Los datos publicados por el III Congreso Iberoamericano sobre Redes Sociales, iRedes, celebrado en Burgos los días 7 y 8 de marzo, confirman este hecho.

En este congreso se mostró un mapa de las redes sociales en el mundo, en el que aparecieron los siguientes datos: Facebook cuenta con más de un millón de usuarios; Youtube tiene 800.000 personas registradas, y Twitter sobrepasa el medio millón de suscriptores.

En la labor de extensión de las redes sociales, Facebook, como podemos ver según los datos mencionados, ha tenido gran parte de culpa, con no poca ayuda de Twitter, dos de las redes elegidas en mayor medida por el público.

El uso masivo de las redes sociales se debe a diferentes factores:

1. la naturaleza viral de estas plataformas;
2. la necesidad de crear una identidad en línea;
3. la posibilidad de expandir el conocimiento propio;
4. la opción de dar nuestra opinión y darnos a conocer;
5. la necesidad humana de estar conectado con otras personas.

De este modo, las redes sociales y sistemas de micro mensajería han respondido de manera efectiva a la necesidad de comunicación de las personas.

Además, la conocida por los internautas como Web 2.0 o Internet participativa ha venido a recordarnos el carácter de retroalimentación del lenguaje.

Esta característica de la Web 2.0 contrasta con la naturaleza unidireccional de los medios de comunicación tradicionales (o incluso la de los inicios de la propia Internet), donde existía un emisor y diversos receptores.

Ya no existe un emisor y uno o varios receptores. En la revolución de la Web 2.0, los receptores pueden volverse emisores y los emisores pueden pasar a ser receptores en cualquier momento.

Por otra parte, las redes sociales han supuesto no solamente un canal de información bidireccional y en muchas ocasiones en tiempo real. También permiten el intercambio de documentos, imágenes, material audiovisual, o incluso la posibilidad de publicar encuestas.

Según el uso de cada red social, y las ventajas que ofrece, los usuarios se han ido decantando por una u otra, de manera que las dos más populares (y que no

basan su modelo de comunicación en el material audiovisual, como es el caso de Youtube), han llegado a ser Facebook y Twitter.

Cuando los usuarios se deciden por una u otra red crean una fidelidad hacia cada una de estas plataformas. Es por ello que una vez que comprenden y comparten las ventajas de una red social determinada, la defenderán y recomendarán ante sus contactos. Pasan a ser abanderados de la marca.

A ello hay que sumar que las personas siempre querrán formar parte de la red social mayoritaria, dado que de esta manera, y por lógica, podrán mantener la comunicación con el máximo posible de personas conocidas. Nadie quiere ir a una fiesta donde va a estar solo.

Pero la razón de mayor peso para que un usuario se decida por una red u otra es, junto al uso generalizado de sus contactos, que la plataforma ofrezca el mayor número posible de opciones que funcionen correctamente: mensajería, subida de fotos, agregar contactos nuevos, opciones de privacidad, etc.

Desde el inicio de los primeros foros (posiblemente los padres de las redes sociales), las redes han mejorado notablemente los servicios que ofrecen a sus suscriptores.

A esta mejoría en el desarrollo de la programación y la usabilidad de las webs sociales, ha ayudado el hecho de que cuanto más utilizado es un formato por los usuarios, mayor es su estudio y perfeccionamiento.

La formalización de canales que permiten la comunicación de igual a igual, así como la posibilidad de compartir en tiempo real no solo comunicaciones si no también archivos, fotos, o vídeos, ha llegado pues a su punto álgido.

El boom del éxito de Facebook y Twitter ha conllevado que empresas de desarrollo hayan buscado la posibilidad de ofrecer estas mismas herramientas hechas ad hoc.

Gracias a ello, en este momento dulce de las herramientas comunitarias podemos disponer de diferentes herramientas «prefabricadas» en las que tan solo tenemos que definir la naturaleza de nuestra red e incluir el grupo de usuarios (estudiantes, profesorado, compañeros de departamento) que la va a componer.

En el presente análisis estudiamos cómo puede aplicarse el formato y las facilidades que ofrecen las redes sociales en la gestión y organización de los departamentos de una institución educativa.

JUSTIFICACIÓN

¿Por qué la creación de una red propia y no el uso de una de las actuales redes sociales usadas mayoritariamente?

1. Por una parte es altamente recomendable crear una red propia, adaptada a las necesidades de cada centro para que la utilidad sea completa.

2. Por otra parte, de esta manera evitamos que no se confunda el uso de una herramienta de trabajo con el uso de estos canales para el ocio.
3. Y por último, es impensable la difusión de información y materiales privados en una red social abierta, dado que incumpliría la Ley Orgánica de Protección de Datos (LOPD) y violaría varios fundamentos básicos de privacidad personal.

Una vez llegados a la conclusión de que es necesaria la creación de una plataforma propia, hemos elegido la aplicación Yammer, que toma como base las herramientas y características de Twitter.

La elección de una aplicación que se basa en las características de Twitter, se debe a que esta popular red social responde a las siguientes necesidades de los usuarios:

1. El usuario solo recibe información de quienes le interesan.
2. Es posible mencionar a otros usuarios y ellos recibirán una notificación.
3. Permite ordenar las actualizaciones por categorías, mediante el uso de etiquetas.
4. Existe la posibilidad de adjuntar fotos o archivos.
5. Dispone de mensajería privada.
6. En definitiva: ofrece un resumen en línea de las novedades que más interesan a los usuarios, seleccionadas según su propio criterio.

¿Cómo repercuten estas posibilidades a través de Yammer en la dirección y comunicación de un centro de formación de español?

1. Se recibe información sobre cada departamento.
2. Es posible mencionar a otros profesores, dirección, secretaría, para hacerles una consulta.
3. Permite tener acceso a las categorías en un único clic. Por ejemplo, ver todas las actualizaciones que tengan la etiqueta #exámenes o #vacaciones o #sustituciones.
4. Existe la posibilidad de adjuntar exámenes, normativas, horarios.
5. Dispone de mensajería privada para tratar asuntos personales.
6. En definitiva: ofrece un resumen en línea de las novedades que suceden en el centro, ordenadas por departamentos, secciones, importancia, etc.

DESARROLLO

La elección de una herramienta como Yammer para gestionar la comunicación de un centro de enseñanza de español da, por tanto, respuesta a las siguientes necesidades:

1. Nos ofrece la opción de responder a usuarios públicamente. De esta manera, las respuestas a una pregunta lanzada por un docente, pueden servir a otros profesores.

2. Permite responder en privado. Así, cuando las conversaciones deriven en asuntos muy concretos, no se llenará la red social de texto innecesario que desvíe la atención de los temas principales. Además, ayuda a preservar la privacidad ante determinados temas.
3. Dispone de la opción de visualizar la información por departamentos. Cada sección del centro podrá ver, gracias a ello, todo lo referente a sus inquietudes, sin interferencias de otros departamentos.
4. Permite la subida y descarga de archivos, con lo que dirección o profesorado pueden hacer llegar al resto de compañeros exámenes, planillas de horarios, etc.
5. Y oferta la opción de hacer encuestas, lo que en un centro de enseñanza puede resultar muy útil para valorar la opinión de los profesionales del centro con respecto a los más diverso temas.

Una vez establecidas las ventajas de disponer de una red social propia; de haber elegido un modelo de canal social en concreto (Twitter); y de haber seleccionado una aplicación determinada (Yammer), veremos las principales características de esta herramienta, para saber cuáles son las limitaciones y ventajas de que disponemos:

1. La pregunta habitual en Twitter es «¿Qué estás haciendo?». Por el contrario, la pregunta propia a Yammer sería «¿En qué estás trabajando?».
2. Dispone de una versión gratuita, con ciertas limitaciones, y una versión de pago:

    2.1. La versión sin coste solo está disponible para redes en las que el número de usuarios sea inferior a cien.
    2.2. En la versión gratuita no se pueden modificar las categorías. Pero, podemos adaptarlas a nuestros departamentos.

3. Portabilidad: la aplicación permite ser usada por diferentes tipos de dispositivos: ordenadores, tabletas, o teléfonos móviles. No necesita ser descargada por lo que podemos utilizarla con nuestro usuario y contraseña desde cualquier equipo.
4. Es una herramienta corporativa, y como tal, permite solo el alta a través de un correo con un dominio web propio. No valen por tanto las versiones @gmail.com, @hotmail.com, etc.

Por último, para el correcto uso de Yammer como herramienta de comunicación, debemos establecer un libro de estilo o un listado de instrucciones fundamentales antes de su aplicación en la práctica. Para ello deberemos:

1. Fijar unas etiquetas comunes para ser usadas por todos los miembros de la red. Por ejemplo: #Exámenes #Vacaciones #Sustituciones #Material #Extraescolar

    1.1. Siempre que escribamos algo relacionado con uno de estos campos deberán ser incluidas estas etiquetas para que todos los usuarios puedan recuperar la información.

1.2. Las etiquetas no deben ser variadas en lo más mínimo, porque se volverían inútiles.

2. Para que sean efectivas deben llevar una almohadilla (#) delante de la palabra.
3. Seguir a los miembros de la red que nos resulten de interés profesionalmente. No se trata de un canal para hacer amigos. Es una herramienta para estar informados de lo que nos afecta profesionalmente. Suponiendo que existiese un perfil asociado a la dirección, este seguiría y sería seguido por todo el personal del centro. Sin embargo, los diferentes departamentos (Cultura, Lengua, Literatura), no tienen porqué seguirse entre sí. Lo importante es que los profesores de cada departamento sí estén en contacto, además de seguir a los órganos de dirección.

En el siguiente cuadro podemos ver un ejemplo sobre un supuesto centro de enseñanza de español, y cómo sería la estructura social en Yammer:

Isabel Sobrín (profesora de Lingüística) sigue a	Ángeles Márquez (Subdirectora) sigue a	Manuel Doña (Secretario) sigue a
• Directora del centro	• Directora del centro	• Directora del centro
• Subdirectora	• Jefa de Estudios	• Subdirectora
• Jefa de Estudios	• Eva Sánchez (departamento de Legal)	• Jefa de Estudios
• Secretaría del centro	• Todos los profesores de Lingüística	• Elena Martín (departamento de Medios)
• Blas de la Fuente (profesor de Lingüística)	• Todos los profesores de Historia	• Eva Sánchez (departamento de Legal)
• Sergio Mairena (profesor de Lingüística)	• Todos los profesores de Literatura	
	• Etc.	

Evitar el ruido. Se entiende como ruido todos aquellos mensajes que no contienen información relevante y que ocupan espacio y atención en nuestro muro. Se debe evitar que haya ruido para que no se divague, ni se desvíe la atención de los mensajes importantes. Es importante recordar que no se trata de una red de ocio. Por lo que hay que concienciar a los usuarios para que no la usen como tal.

CONCLUSIONES

Con la correcta observación de estos parámetros para utilizar la aplicación, en seguida se verán las ventajas comunicativas que ofrece para un centro de español:

1. cese de la pérdida de información;
2. mayor y mejor comunicación interdepartamental;
3. eliminación de comunicaciones e impresiones innecesarias;
4. rápida recuperación de información;
5. resolución de dudas en grupo;
6. descarga automática de archivos;
7. seguimiento de la opinión de la plantilla docente;
8. actualización permanente de información relevante.

Se han dedicado numerosas investigaciones a las bondades que las redes sociales ofrecen en la comunicación universal; al revolucionario cambio que han supuesto en la manera de entender la comunicación por parte de las personas. Hace tiempo que las empresas privadas, especialmente las tecnológicas, utilizan estas ventajas para beneficiarse de ellas en el ámbito de los recursos humanos y sus departamentos de Marketing Interno con probada efectividad. ¿Por qué no llevarlo, pues, al campo de la enseñanza? Un centro de formación de español debe estar en permanente reciclaje, en constante innovación. Una herramienta de este calibre como sistema de comunicación podrá ayudar en gran medida a agilizar los sistemas informativos entre el personal del centro docente.

BIBLIOGRAFÍA

Esteban, C. «Mapa iRedes (versión III)» [en línea]. Marzo 2013. [ref. 8 marzo 2013]. Disponible en web http://www.iredes.es/acerca-de/mapa

Fumero, A. y Roca, G. (2007). *Web 2.0*. Madrid: Fundación Orange.

González Ramírez, M.ª R. y Carrión López, Ó. (2013). *Uso de las Redes Sociales en la empresa*. Alicante: Universidad de Alicante.

Polo, J. L. (2010). *Twitter para quien no usa Twitter*. Madrid: Bubok.

Roberts, R. (2012). *Yammer Starter Guide*. Birmingham: Packt Publishing.

VV.AA. (2010). *La evolución de Internet*. Madrid: Fundación Telefónica.