

UNIVERSIDAD DE OVIEDO

Aplicación de las redes sociales en el contexto de la metodología AICLE:

Propuestas didácticas con Facebook, Tuenti,
Twitter y Pinterest

Social networks in the CLIL classroom:

Facebook, Tuenti, Twitter and Pinterest as teaching and
learning tools

Máster de Lengua Inglesa para el Aula Bilingüe de
Educación Secundaria
Trabajo Fin de Máster

Tamara Collar Rodríguez
Directora: M^a Susana Vega González
2014

Índice

1. Introducción.....	2
2. Metodología CLIL. Características principales.....	4
3. Redes Sociales	7
3.1 Definición	7
3.2 Clasificación	9
3.3 Situación Actual.....	12
3.4 Aspectos legales y privacidad.....	16
4. Consideraciones previas	18
5. Facebook.....	19
5.1 Aplicación dentro de la metodología CLIL	20
6. Tuenti.....	22
6.1 Aplicación dentro de la metodología CLIL	23
7. Twitter	25
7.1 Aplicación dentro de la metodología CLIL	26
8. Pinterest	28
8.1 Aplicación dentro de la metodología CLIL	29
9. Conclusiones.....	32
10. Referencias bibliográficas	33
11. Anexos.....	36

1. Introducción

A lo largo de este trabajo se tratará de estudiar la aplicación de las herramientas y utilidades propias de las redes sociales en el ámbito de la educación y, especialmente, dentro de la metodología AICLE/CLIL.¹ Se comenzará, por tanto, definiendo en qué consiste esta metodología y estableciendo sus principios básicos. A continuación se intentará concretar qué son las redes sociales y cómo podemos clasificarlas, sin olvidar los aspectos legales y de privacidad a tener en cuenta cuando se trabaja con redes sociales y menores. Posteriormente nos centraremos en cuatro de estas herramientas, Facebook, Tuenti, Twitter y Pinterest, analizando, en cada una de ellas, las características principales y las posibles aplicaciones educativas de las mismas en el aula bilingüe.

A pesar de ser un tema relativamente reciente, existe una amplia bibliografía relacionada con las redes sociales y su aplicación en educación. Asimismo, la metodología CLIL, debido a la gran expansión que ha experimentado en los últimos años, cuenta con una bibliografía extensa sobre su definición, características y aplicación en diferentes ámbitos. A pesar de esto, ambas temáticas están poco explotadas de forma conjunta, por ello se pretende, mediante este trabajo, profundizar en el estudio de las posibilidades que ofrecen las redes sociales para potenciar la metodología CLIL.

El presente trabajo ha sido realizado bajo la experiencia obtenida durante el desarrollo del Máster de Lengua Inglesa para el Aula bilingüe de Educación Secundaria, es por ello que el contexto en el que se enmarca corresponde al trabajado durante el mismo, tanto en las diferentes asignaturas teóricas como en el desarrollo del Prácticum en el centro I.E.S. La Laboral de Gijón. En ambos se ha podido observar y aprender en qué consiste la metodología CLIL y cómo se lleva a cabo a través del Programa Bilingüe. Es durante este Prácticum donde se detectan las pocas oportunidades que tienen los estudiantes de practicar con la segunda lengua fuera del ámbito académico y también, aunque con excepciones, cómo los docentes no exprimen al máximo las oportunidades que brindan las nuevas tecnologías.

Por tanto, el tema de este trabajo nace de la necesidad de intentar aunar ambos aspectos, CLIL y nuevas tecnologías, de forma que los docentes puedan proporcionar ambientes de trabajo conectados con los estudiantes, aprovechando las herramientas disponibles en la actualidad. De esta forma, se propone acercar la educación a la realidad social de hoy en

¹ Utilizaremos indistintamente la versión española y la inglesa de la denominación de dicha metodología: CLIL (Content and Language Integrated Learning) y AICLE (Aprendizaje Integrado de Contenidos y Lenguas Extranjeras).

día e ir evolucionando las metodologías del pasado hacia unas más adecuadas con el mundo al que los estudiantes se enfrentan hoy en día.

Aunque originalmente otro objetivo del presente trabajo era intentar llevar a cabo las aplicaciones en él abordadas durante el desarrollo del Prácticum, finalmente ha resultado imposible al contar con grupos únicamente de 1º y 3º de ESO, todos menores de 14 años, lo que suponía graves problemas para conseguir autorización de los tutores para utilizar redes sociales. De todas formas, este trabajo se tomará como referente para posteriores actuaciones. Por esto mismo, en el apartado Anexos se incluye el diseño de una actividad para un grupo de 1º de ESO en la materia de Ciencias Naturales en la que se usa una Red Social.

2. Metodología CLIL. Características

El Aprendizaje Integrado de Contenidos y Lenguas Extranjeras (AICLE, en inglés CLIL, Content and Language Integrated Learning) es un método educativo en el que se usa un idioma diferente al materno para aprender y enseñar tanto contenidos de una materia como el propio idioma. El proceso de enseñanza-aprendizaje no se enfoca sólo en el contenido o sólo en el lenguaje, sino que ambos están entrelazados, aunque en determinados momentos se dé mayor énfasis a uno u otro (Coyle, Hood & Marsh, 2010).

El término CLIL fue utilizado por primera vez dentro del contexto Europeo en 1994 (Marsh, Maljers y Hartiala, 2001) para describir y diseñar las buenas prácticas llevadas a cabo en diferentes tipos de escuelas en las que la enseñanza y el aprendizaje tenían lugar en un idioma adicional (Coyle, Hood & Marsh, 2010). Aunque el término es relativamente nuevo, podemos considerar CLIL como una convergencia de métodos y corrientes. La globalización, la sociedad multilingüe, la diversidad cultural, la movilidad internacional y el aprendizaje continuo, son el contexto y las razones por las que esta metodología es usada y apreciada hoy en día (Marsh, 2002; Marsh, Mehisto, Frigols & Wolff, 2010). Según estos antecedentes, puede concluirse que CLIL es un método educativo en el que se usan varias metodologías de apoyo al lenguaje, conduciendo a un enfoque dual donde se presta atención tanto al idioma como al contenido.

Coyle (1999), define en sus trabajos lo que denomina 4Cs, donde se integran cuatro bloques contextualizados: Contenido (la materia), Comunicación (aprendizaje y uso de la lengua), Cognición (procesos de aprendizaje y pensamiento) y Cultura (entendimiento intercultural y ciudadanía global). Por lo tanto, se tiene en cuenta la integración del aprendizaje del contenido y de la lengua dentro de contextos específicos y se reconoce la relación simbiótica que existe entre estos elementos. Se sugiere que el CLIL efectivo ocurre gracias a esta simbiosis, a través de:

1. La progresión en el conocimiento, las habilidades y la comprensión de los contenidos.
2. La participación en el procesamiento cognitivo asociado
3. La interacción en el contexto comunicativo
4. El desarrollo de los conocimientos y habilidades del lenguaje apropiados.
5. La adquisición de una conciencia intercultural profunda, que a su vez es provocada por el reconocimiento de uno mismo y de los otros.

Desde esta perspectiva, CLIL implica aprender a usar un lenguaje apropiadamente mientras se usa el lenguaje para aprender de forma efectiva. Está construido sobre los siguientes principios (Coyle, Hood & Marsh, 2010):

1. El contenido de la materia no trata únicamente de la adquisición de conocimientos y habilidades, se trata de que el alumno cree su propio conocimiento y comprensión y desarrolle sus habilidades (aprendizaje personalizado).
2. El contenido está relacionado con el aprendizaje y el pensamiento (cognición). Para permitir al alumno crear su propia interpretación del contenido debe ser analizado por sus exigencias lingüísticas.
3. Se necesita aprender el idioma, lo que va en relación al contexto de aprendizaje, a aprender a través de ese idioma, a reconstruir el contenido y a los procesos cognitivos relacionados. Ese idioma tiene que ser transparente y accesible.
4. La interacción en el contexto del aprendizaje opera por medio de una lengua extranjera.
5. La relación entre las culturas y las lenguas es compleja. La conciencia intercultural es fundamental en CLIL.
6. CLIL se encuentra en un amplio contexto educativo en el que se desarrolla y, por tanto, debe tener en cuenta las variables de contexto con el fin de convertirse en una realidad. Por otro lado, Marsh, D., Mehisto, P. y Frigols, M.J. (2008:29) señalan una lista de estrategias clave para la puesta en práctica de la metodología CLIL:
 - Enfoque múltiple
 - Favorecer el aprendizaje de la segunda lengua en las clases de contenido.
 - Favorecer el aprendizaje del contenido en las clases de idioma.
 - Integrar varias asignaturas.
 - Organizar el aprendizaje a través de proyectos y temas cros-curriculares.
 - Proporcionar apoyo a los procesos de aprendizaje.
 - Entorno de aprendizaje seguro y enriquecedor
 - Usar actividades y discursos rutinarios
 - Visualizar el idioma y el contenido a través de temas y proyectos cros-curriculares.
 - Usar los centros de aprendizaje en el aula.
 - Permitir el acceso guiado a materiales y medios de aprendizaje reales.
 - Incrementar de la conciencia de los estudiantes hacia el idioma.
 - Autenticidad
 - Permitir a los estudiantes pedir la ayuda que necesiten sobre el idioma.
 - Maximizar la inclusión de los intereses de los estudiantes.
 - Realizar una conexión habitual entre el aprendizaje y la vida de los estudiantes.
 - Conectar con hablantes de la lengua CLIL.
 - Usar materiales actuales de los medios y otras fuentes.
 - Aprendizaje activo
 - Permitir mayor comunicación de los estudiantes que del profesor.
 - Permitir que los estudiantes fijen contenidos y objetivos del aprendizaje de los contenidos y la segunda lengua.
 - Los estudiantes evalúan su progreso en la consecución de los objetivos.

- Favorecer el trabajo cooperativo entre compañeros.
- Negociar la importancia del idioma y los contenidos con los estudiantes.
- Los profesores actúan como facilitadores.
- Andamiaje
 - Basarse en los conocimientos previos, las habilidades, actitudes, intereses y experiencia de los estudiantes.
 - Rediseñar la información de manera más fácil de usar.
 - Responder a los diferentes estilos de aprendizaje.
 - Potenciar el pensamiento crítico y creativo.
 - Retar a los estudiantes a avanzar y no quedarse en la zona cómoda.
- Cooperación
 - Planificar cursos/clases/temas en cooperación con otros profesores CLIL o no CLIL.
 - Involucrar a los padres en el aprendizaje sobre CLIL y cómo apoyar a los estudiantes.
 - Involucrar a la comunidad local, autoridades y empleadores.

Es importante señalar que la metodología CLIL no sólo tiene en cuenta el desarrollo del lenguaje académico, sino que también pretende potenciar el lenguaje interpersonal o social. De esta forma, Cummins (1979) sugirió la necesidad de distinguir entre dos funciones del lenguaje; CALP (Cognitive Academic Language Proficiency), que vendría a ser el dominio cognitivo y académico del Lenguaje, y BICS (Basic Interpersonal Communication Skills), destrezas básicas en la comunicación interpersonal (Llinares, Morton y Whittaker, 2012).

Se entiende, por tanto, que el lenguaje académico es trabajado y potenciado dentro del aula, lo que nos deja una deficiencia en el lenguaje social o interpersonal, ya que los estudiantes se encuentran con pocas o nulas ocasiones de practicar el idioma fuera del aula, en situaciones más o menos reales. En este trabajo se analizará más adelante cómo puede potenciarse este lenguaje social desde el aula a través de las redes sociales.

Finalmente, podemos concluir que la metodología CLIL consiste en el aprendizaje de contenidos e idioma de forma simultánea, pero siguiendo unos procedimientos especiales. Los principios en los que se basa esta metodología pasan por un proceso de enseñanza centrado en el alumnado, en el que el docente actúe como guía y proporcione ambientes reales, motivadores y conectados con la realidad de los estudiantes. Habiendo analizado todas estas características de la metodología CLIL, podremos estudiar cómo encaja el uso de redes sociales en el aula dentro de esta metodología.

3. Redes Sociales

3.1. Definición

El concepto de “Redes Sociales” es complejo y no existe una única definición. Una de las diversas definiciones que se han dado es la del *Journal of Computer Mediated Communication*:

Servicios dentro de las **webs** que permiten al usuario:

- Construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema limitado.
- Articular una lista de otros usuarios con los que **comparte** una conexión.
- Visualizar y rastrear su lista de contactos y las elaboradas por otros usuarios dentro del sistema.

La naturaleza y nomenclatura de estas conexiones suele variar de una red social a otra (Boyd, 2007:211).

Por otro lado, Castañeda Quintero y Gutiérrez Porlán, en el libro *Aprendizaje con redes sociales* las definen como “herramientas telemáticas que permiten a un usuario crear un perfil de datos sobre sí mismo **en la red** y **compartirlo** con otros usuarios” (Castañeda 2010:25). Asimismo, en España, INTECO, el Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, las define como “servicios prestados **a través de Internet** que permiten a los usuarios generar un perfil público en el que plasmar datos personales e información de uno mismo, disponiendo de herramientas que permiten interactuar con el resto de usuarios afines o no al perfil publicado”, según publicó en su *Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online* (Febrero, 2009:7).

Éstas son sólo un ejemplo de las muchas definiciones que existen hoy en día de las redes sociales. Aunque cada una aporta diferentes detalles, todas coinciden en algunos conceptos clave como “compartir” y “online”. Por lo que podemos asumir que básicamente las redes sociales consisten en la relación o conexión de usuarios que comparten algo a través de servicios online en Internet.

A la hora de analizar la historia de las redes sociales muchos autores como de Haro (2010), o Boyd y Ellison (2008) coinciden en que se basan en la teoría de los seis grados de separación. De forma muy resumida, esta teoría afirma que todo el mundo está conectado entre sí por no más de seis intermediarios. En este trabajo no se profundizará más sobre los orígenes de las redes sociales y la teoría de los seis grados de separación, para lo que se recomienda consultar la teoría propuesta por Frigyes Karinthy. Además, hemos asumido la

definición de las redes sociales desde el punto de vista de las nuevas tecnologías, pero cabe señalar que las redes sociales propiamente dichas reciben otras definiciones y tienen otras características, que son la base, a su vez, de las redes sociales a través de internet que nos ocupan en este trabajo. Para ampliar el estudio de las redes sociales en sentido general se recomienda consultar el libro *El análisis de redes sociales. Una introducción* por José Luis Molina, entre otros.

3.2 Clasificación

Al igual que existen numerosas definiciones de las redes sociales, son varias las clasificaciones de las mismas. A continuación analizaremos algunas de estas clasificaciones para entender mejor los diferentes tipos de redes sociales a las que podemos acceder hoy en día.

Según De Haro (2010:48) se pueden dividir las redes sociales en función de si son redes sociales propiamente dichas o son servicios de internet con características de redes sociales. En el siguiente gráfico podemos observar la clasificación que propone este autor.

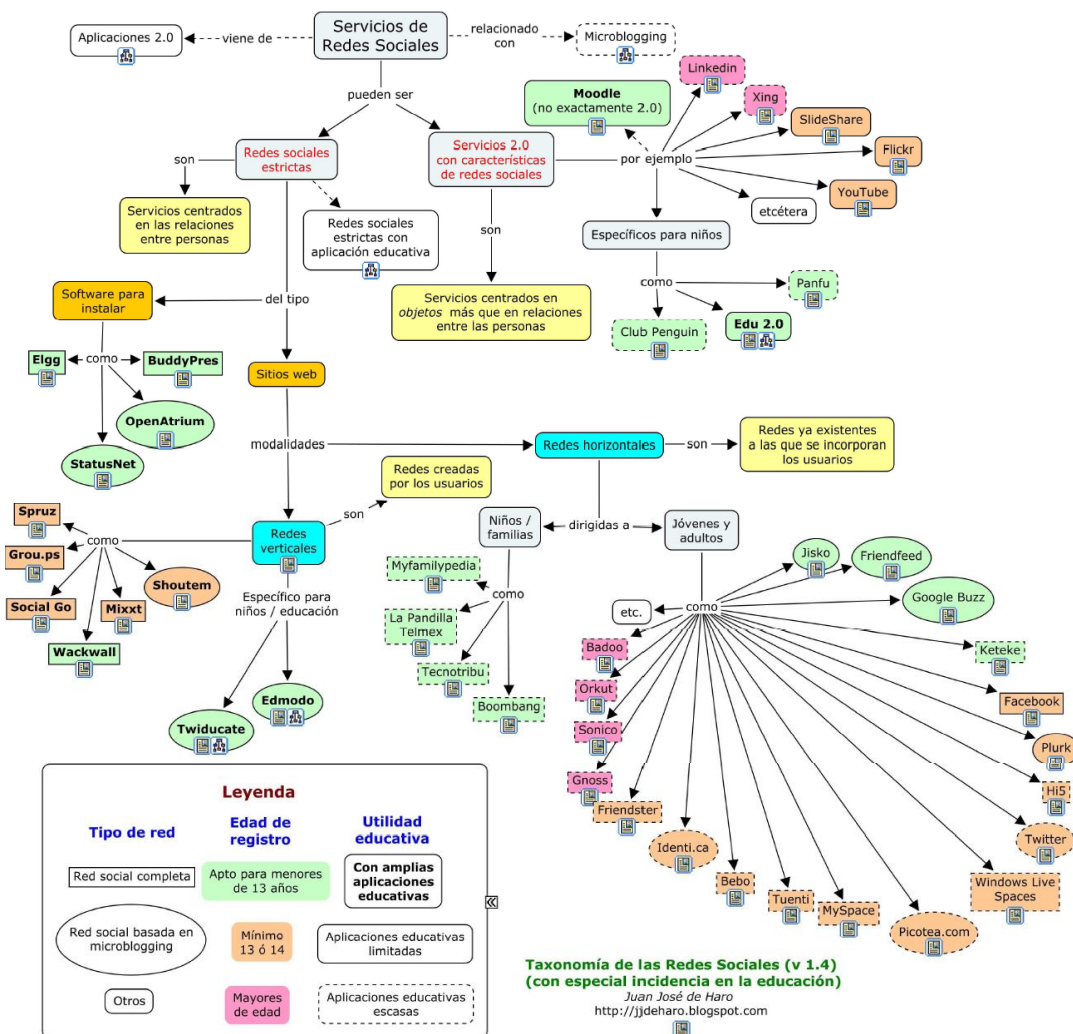


Figura 1. Clasificación de los servicios de redes sociales (de Haro, 2010a).

1. **Redes sociales estrictas:** Su principal objetivo son las relaciones entre las personas. Los usuarios pueden determinar el uso que le darán al servicio. Un ejemplo de éstas son Facebook o Tuenti.

2. **Servicios 2.0 con características de redes sociales:** Su objetivo principal es otro distinto al de las redes sociales, pero tienen en común con ellas la conexión y relación entre sus usuarios. Entre ellas tenemos Youtube (vídeos), Slideshare (presentaciones) o Pinterest (tableros y enlaces).

Entre estos dos tipos, las redes sociales estrictas son las que en principio presentan mayores ventajas para aplicarse en educación ya que son más flexibles (de Haro, 2010). A pesar de ello, determinados servicios con características de red social pueden ser también muy útiles, dependiendo del contenido en el que se centren y cómo queramos aplicarlo en nuestras clases.

Otra clasificación, propuesta por De Haro y otros autores, divide las redes sociales en horizontales o verticales:

1. **Redes sociales horizontales:** son redes cuya entrada no está acotada de ninguna forma. Aunque permiten a los usuarios un cierto grado de privacidad y aislarse de otros usuarios en distintos tipos de grupos, hay un nivel en el que cualquier usuario puede estar en contacto con otro. Facebook entraría dentro de esta categoría.
2. **Redes sociales verticales:** La entrada a este tipo de redes está restringida por invitación de aquellos que ya están en la red. Además, sólo se puede contactar con usuarios de dentro de la red propia y presentan mayor privacidad. Tuenti es un ejemplo de red vertical.

Además de estas clasificaciones, existen otras basadas en diferentes aspectos de las redes sociales:

Por su finalidad:

- **De ocio:** El usuario busca entretenimiento y mejorar sus relaciones personales.
- **De uso profesional:** El usuario busca mejorar su promoción profesional y ampliar su red de contactos.

Según su funcionamiento:

- **De contenidos:** Los usuarios crean contenidos que, posteriormente, son compartidos con otros usuarios interesados. No suelen requerir crear un perfil propio para disfrutar esos contenidos.
- **Basada en perfiles: personales/profesionales:** Redes basadas en los perfiles creados. Es imprescindible tener un perfil propio para acceder y usar las funciones de la red.
- **Microblogging:** Diseñadas para compartir información en pequeñas dosis pudiendo emitirse desde dispositivos fijos o móviles. Un ejemplo sería Twitter.

Según su grado de apertura:

- **Públicas:** Abiertas al uso de cualquiera que tenga acceso a Internet.
- **Privadas:** Solo se pueden acceder a ellas perteneciendo a un grupo, que asume su coste. Suelen mantener una relación contractual con la organización.

Todos los tipos de redes sociales vistas anteriormente son consideradas redes sociales directas, existiendo, por otro lado, redes sociales indirectas que son las que cuentan con usuarios sin perfil visible para todos. Suelen tener un individuo o grupo que controla y dirige las informaciones o discusiones de un tema concreto. Las más recientes redes sociales directas se basan en estas redes indirectas, que básicamente consisten en foros y blogs.

3.3 Situación Actual

Desde su llegada, las redes sociales han cambiado la forma de relacionarse. Los últimos datos recogido por la empresa consultora belga InSites Consulting en el año 2012 afirman que 7 de 10 usuarios de internet lo son también de al menos una red social. Se calcula que alrededor de 1,5 billones de personas usan redes sociales en todo el mundo.

Social Media – Facebook Leads, YouTube + Twitter + Google+ + Pinterest + Instagram + Tumblr Rising Fast

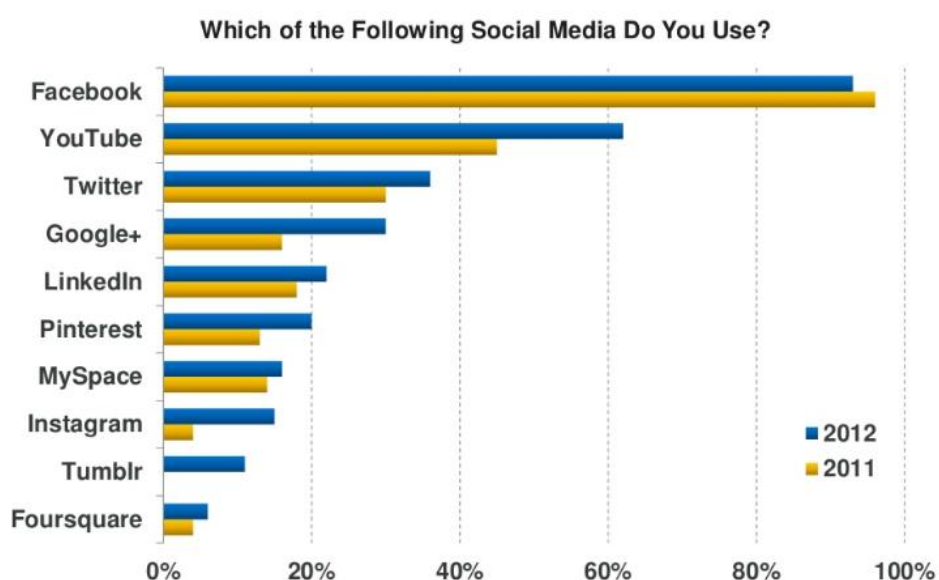


Fig. 2: Redes sociales más utilizadas. (Meeker, 2013:27)

El anterior gráfico refleja el estudio realizado a usuarios entre 12 y 64 años sobre qué redes sociales utilizan, elaborado en 2011 y 2012 por Frank N. Magid Associates y publicado por Meeker y Wu en su estudio *Internet Trends D11 Conference*. Teniendo en cuenta las redes sociales que en este trabajo analizamos, podemos observar que Facebook es la red social por excelencia, aunque ha descendido el número de usuarios en el 2012 con respecto al año anterior. Twitter, al contrario, sigue aumentando de forma notable el número de usuarios que la utilizan. Por otro lado, Pinterest también aumenta de forma considerable su número de usuarios, aunque todavía sigue siendo bastante desconocida, ya que no llega al 20 % de usuarios en todo el mundo.

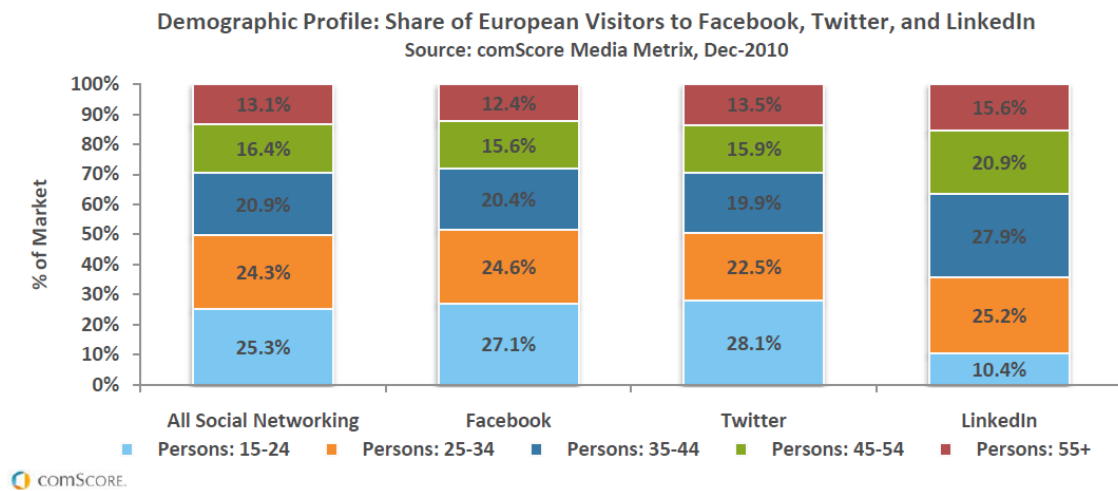


Fig. 3: Redes Sociales más utilizadas según franja de edad (comScore, 2012:8)

En Europa, según se puede observar en este gráfico elaborado en 2012 por comScore, el número de usuarios entre 15 y 24 años es mayoritario en la mayoría de las redes sociales. Tanto en Facebook como en Twitter, los adolescentes representan más del 27% de los usuarios.

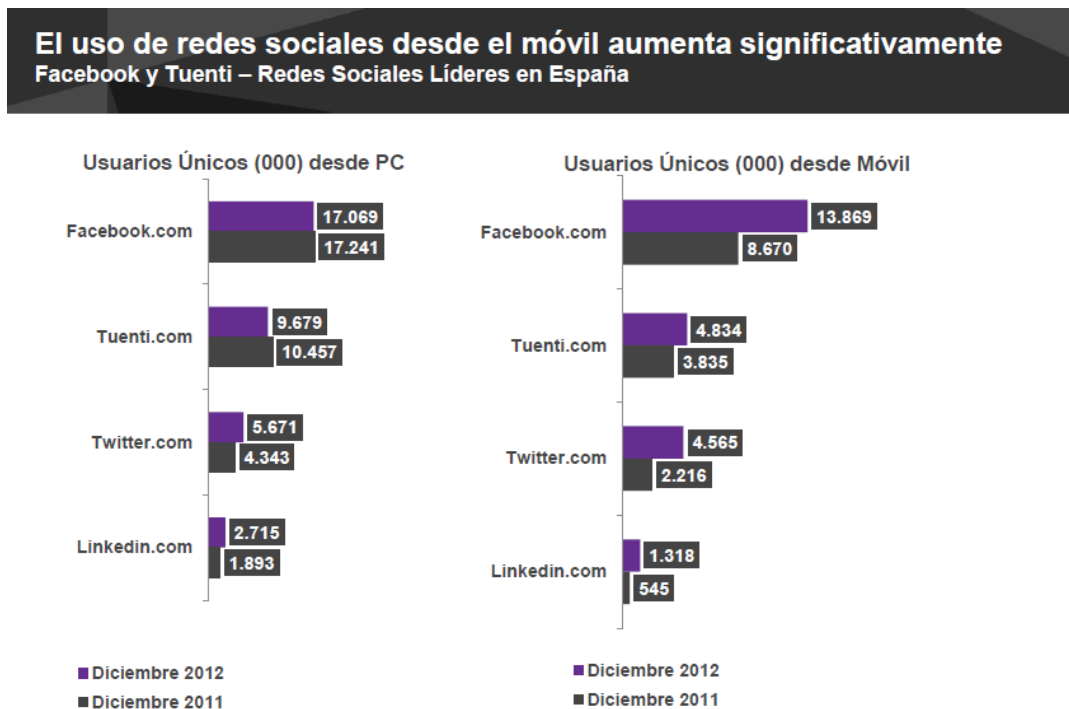


Fig. 4: Uso de Redes Sociales en España a través de PC y móvil (comScore, 2013:36)

Por su parte, en España, los datos recogidos por comScore, reflejan que Facebook sigue siendo la red social más utilizada tanto desde PC como desde móvil. De hecho, es en este último formato donde se ha visto un mayor crecimiento de usuarios desde 2011 a 2012. En segundo lugar aparece Tuenti, cuyo número de usuarios a través de PC ha descendido pero ha aumentado a través de móvil, aunque en menor medida que Facebook, lo que quiere

decir que se ha visto frenado el aumento de usuarios en Tuenti en detrimento de las otras redes sociales. En tercer lugar tenemos Twitter, que ha visto cómo ha crecido el número de usuarios que acceden a su red, sobre todo a través de móvil. La tendencia general en España es, como en el resto del mundo, un aumento significativo en el uso del móvil para conectarse a las redes sociales. Este aspecto ha de influir en el uso educativo que queramos hacer de las mismas, ya que los alumnos ya no necesitan estar en casa delante de su PC para poder acceder a contenido, actualizaciones o mensajes importantes que publiquemos en las redes.

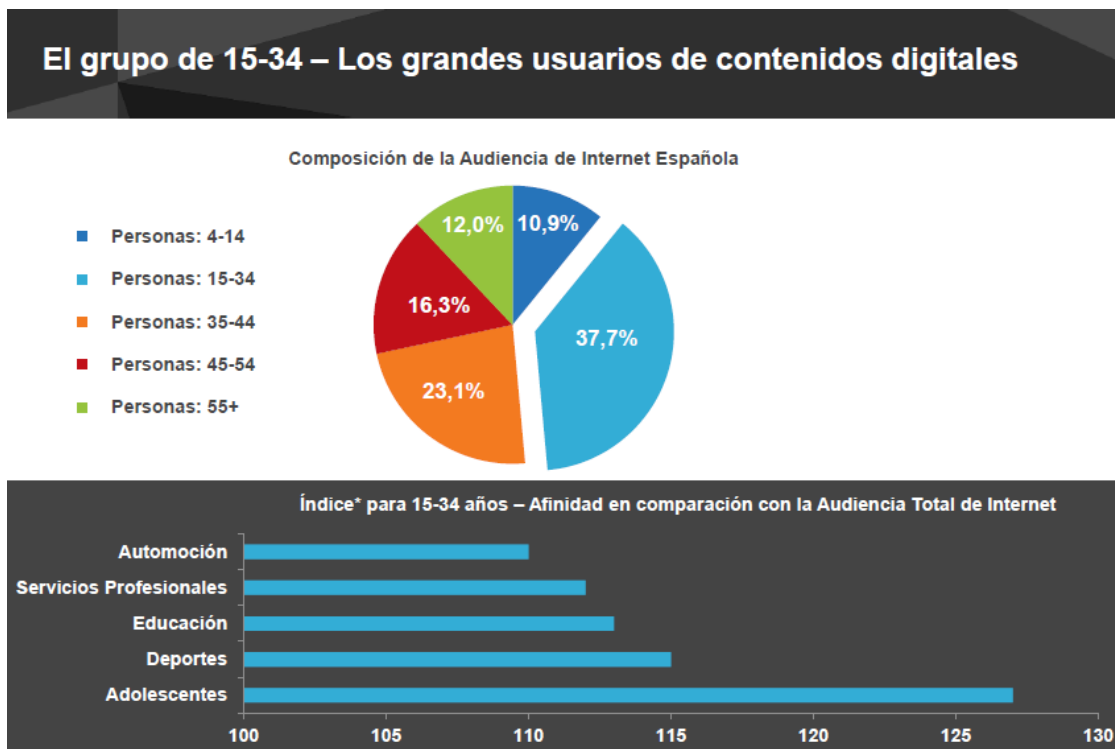
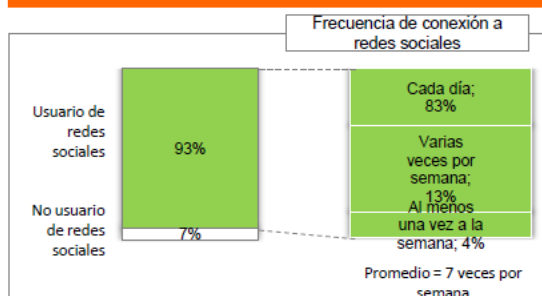


Fig. 5: Audiencia de Internet Española por franja de edad (comScore, 2013:42)

En el anterior gráfico elaborado por comScore, podemos observar cómo en España el 37,7 % de los usuarios tienen edades entre los 15 y los 34 años. Es de destacar, por tanto, que los adolescentes son los que mayor presencia tienen en las redes sociales.

Los adolescentes: 14 a 17 años



La penetración de redes sociales aumenta en este tramo de edad y sólo un 7% afirma no ser usuario de alguna red.

Tuenti es la red que presenta más diferencias. Sube en todos los indicadores hasta incluso convertirse en la red favorita para los adolescentes.

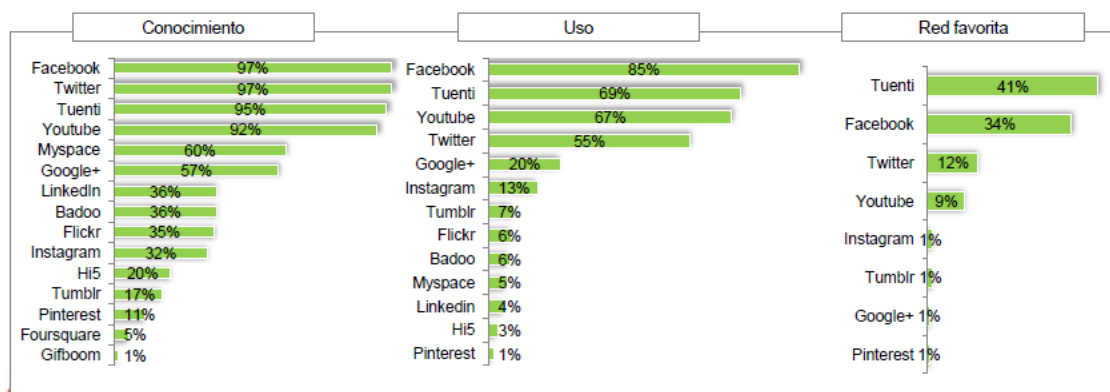


Fig. 6: Uso de Redes Sociales por usuarios entre 14 y 17 años (Iab Spain Research, 2013:61)

Asimismo, el estudio anual de Redes Sociales publicado en Enero de 2013 por Iab Spain Research y Elogia, revela que el 93% de los adolescentes entre 14 y 17 años utilizan las redes sociales a diario. Siendo las favoritas Tuenti, Facebook y Twitter.

3.4 Aspectos legales y privacidad

Antes de nada, es necesario señalar que, para utilizar las redes sociales en el ámbito educativo, se requiere el consentimiento o la autorización de los tutores legales siempre y cuando los estudiantes sean menores de 14 años (Real Decreto 1720/2007 de 21 de diciembre, desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, Art. 13.).

Tras analizar los datos previamente expuestos, podemos afirmar que Internet y en especial las redes sociales, han cambiado los hábitos de las personas. Alrededor del 98% de los internautas conoce alguna red social y un alto porcentaje participa en al menos una, convirtiéndose en una de las mayores actividades de ocio que realizan los internautas.

Las redes sociales constituyen una motivación para acceder a Internet, especialmente entre los jóvenes, pero ya sea por inocencia o desconocimiento, se ven expuestos a un conjunto de amenazas, no solo informáticas, que pueden atentar contra su información, su dinero o incluso su propia integridad física.

Por lo tanto, la progresiva tendencia de los delincuentes informáticos a utilizar las redes sociales como medio para cometer sus actividades ilícitas, convierte en un hecho de vital importancia conocer las características de las redes e informarse de la forma de estar protegido y contar con un entorno seguro en el momento de utilizarlas. La información, el dinero y las identidades de los usuarios son los principales objetivos de los delincuentes, por lo que las redes sociales son un gran caladero para obtener gente incauta que les facilite su labor. Algunas de las actividades fraudulentas más comunes son:

- **Malware:** Archivos que infectan un ordenador y realizan acciones maliciosas, como el robo de información, el control del sistema o la captura de contraseñas.
- **Phishing:** Robo de información personal o financiera del usuario mediante la falsificación de una web de confianza.
- **Robo de información:** Existen dos vías para el robo de información a través de redes sociales; ingeniería social en la que la víctima facilita la información sensible al delincuente al mantener una relación social, e información pública, que ocurre cuando no se configuran correctamente las opciones de seguridad de una red social y ésta puede ser accesible para los delincuentes.
- **Acoso:** Los jóvenes son el colectivo con mayor riesgo de sufrir algún tipo de acoso al navegar por las redes sociales. Entre estas amenazas se encuentran el

cyberbulling, acoso en la red, *grooming*, acoso con carácter sexual a menores, y *sexting*, envío de material pornográfico de terceros.

- **Spam**: La recepción de correo no deseado de forma masiva puede ocurrir no sólo en el correo electrónico, cada vez más se están utilizando las redes sociales para enviar mensajes no deseados con publicidad o enlaces externos de dudosa procedencia.

La mejor forma de prevenir estos problemas es el apoyo, el diálogo y la educación de los menores, donde los adultos, en un primer momento, tutelen su actividad en la red y pongan en conocimiento de los jóvenes todos los riesgos existentes y cómo evitarlos.

Tomando ciertas precauciones y empleando el sentido común podremos contar con niveles de protección suficientes para un uso correcto y seguro de las redes sociales.

Las principales medidas que debemos tomar comienzan con utilizar tecnologías de seguridad como un **antivirus** u otros programas similares, configurar correctamente las opciones de seguridad que se ofrecen en las redes sociales y utilizar el **protocolo HTTPS** para la navegación. Cada red social posee formas de configurar la privacidad de los usuarios y también poseen medidas para denunciar o bloquear aquellos usuarios o contenidos que se consideren inapropiados. Además de esas medidas, el sentido común, la educación del usuario y el uso cuidadoso de la navegación, minimizarán los riesgos a los que nos exponemos.

Identidad y huella digital

A través de internet los usuarios pueden crear identidades que no se correspondan con la real o crear más de una identidad digital. Es importante que los internautas, y en especial los jóvenes, sean conscientes de cómo se conforma esta identidad digital y de la repercusión que tienen las redes sociales en esta identidad.

Aunque normalmente los jóvenes se comportan en las redes sociales tal y como lo hacen fuera de ellas, no suelen ser tan cuidadosos como en la vida real. A veces proporcionan demasiados datos personales y contactan con personas desconocidas, de una forma que no harían en la calle. Además, hay que tener en cuenta que cualquier internauta al visitar páginas web deja evidencia de los sitios que ha visitado. Se denomina “huella digital” a esta actividad registrada de un determinado usuario. Una de las mayores amenazas para los jóvenes en las redes sociales tiene que ver con su huella digital y su reputación futura ya que no son conscientes de que todos los mensajes, fotos y videos que comparten no desaparecen (Schurgin, 2011:802).

4. Consideraciones previas

Tras analizar la metodología CLIL y qué son las redes sociales, a continuación veremos cómo pueden utilizarse éstas en un contexto educativo y teniendo en cuenta las características especiales de CLIL.

Como se ha visto anteriormente, existe una amplia variedad de redes sociales y dentro de esta variedad, muchas han sido especialmente diseñadas para utilizar en ámbitos educativos. Sin embargo, en este trabajo se van a analizar cuatro redes sociales cuyo uso principal no es el educativo, a fin de observar las posibilidades que ofrecen.

La elección de estas redes sociales atiende, por un lado, a razones de popularidad ya que tanto Facebook, Tuenti y Twitter son redes sociales ampliamente conocidas y usadas por los adolescentes. Por otro lado, Facebook y Tuenti son dos redes sociales con características muy similares, con la diferencia del alcance internacional que tienen, siendo la primera mundialmente conocida y la segunda mayoritariamente usada en España. De esta forma, podremos ver las diferencias entre una y otra.

Twitter es la otra red social mundialmente conocida, pero con características diferentes a las dos anteriores, ya que está basada en *microblogging*, lo que la convierte en una red social mucho más simple. En este trabajo analizaremos sus posibilidades educativas.

Y por último, Pinterest es quizás la menos conocida de las redes sociales que se abordan en este trabajo. Se ha escogido en representación de otro grupo de redes sociales que está adquiriendo mayor importancia en los últimos años y que funcionan como complemento a las anteriores, las grandes redes sociales.

Debido a que este trabajo pretende analizar las posibilidades educativas de las redes sociales no sólo de forma general, sino dentro de la metodología CLIL, con sus características especiales, en el análisis de cada una de ellas se tendrán en cuenta el grado de inmersión lingüística que proporcionan, aspecto importante para poder llevar a cabo un medio de aprendizaje y comunicación en la lengua extranjera realmente efectivo. Como se ha observado en otros trabajos como el realizado por Blattner (2012), usar las redes sociales en este contexto crea una experiencia social que facilita tanto la comunicación como la práctica del lenguaje para los estudiantes.

Sin embargo, como se ha visto con anterioridad, CLIL no consiste únicamente en la utilización de otro idioma para comunicarse, sino que representa el uso de toda una serie de estrategias entre las que destacan el trabajo en equipo, favorecer el autoaprendizaje y la autonomía, proporcionar ambientes de trabajo reales y motivar al alumnado hacia el aprendizaje. En el análisis de estas redes sociales también se tendrán en cuenta todos estos aspectos.

5. Facebook

Facebook es la red social de contactos entre personas más famosa y más utilizada en el mundo. Se calcula que cuenta con más de 1000 millones de usuarios activos, mujeres y hombres en proporciones similares. Su popularidad ha calado no sólo en los jóvenes, sino que ha notado un considerable incremento entre los mayores, especialmente hasta los 55 años.

Es la primera red en España y su notoriedad es del 99%. Los internautas españoles, que la usan en un 98%, las consultan 30 veces al mes con una inversión de 5,18 horas semanales.

Facebook	
Tipo	Red social horizontal.
Objetivos	Interacción social con otros usuarios.
Privacidad	Cada usuario puede regular su grado de privacidad en el apartado de administración de su cuenta. Sin embargo, Facebook recopila información sobre el uso de internet del usuario para adaptar los anuncios ofertados en la página. Según sus políticas de privacidad esta información privada no es utilizada fuera de Facebook.
Público	De cualquier tipo, aunque predominan muy ligeramente hombres (51 %) y usuarios entre 35-54 años (36%). El 21 % corresponde a jóvenes entre 15 y 24 años.
Servicios	Numerosos. Facebook permite a los usuarios conectar entre sí mediante solicitudes y listas de amigos. Se basa en un espacio, llamado Muro, en el que el usuario puede ver lo que comparten otros usuarios a los que ha agregado como amigos. Además existe la página de perfil personal (biografía) en la que aparece lo que ha compartido el propio usuario. Adicionalmente, esta red social ofrece servicio de chat y la posibilidad de compartir fotos, vídeos, enlaces, etc. Otros servicios muy interesantes son las numerosas aplicaciones que ofrece, entre ellas juegos, y la conectividad con otras redes sociales y páginas web externas. Por último, otra utilidad importante es la creación de grupos y páginas. Los grupos permiten conectar a usuarios con intereses comunes, ofreciendo distintos grados de privacidad, y en los que los usuarios miembro pueden participar activamente. Las páginas se crean, mayoritariamente, para publicidad de marcas o personajes, funcionando como un escaparate virtual. Los usuarios de éstas pueden comentar las publicaciones hechas por el administrador, pero no crear nuevas publicaciones.
Publicidad	Alta presencia, interna y externa. La propia red social es utilizada por las

	marcas para publicitarse con sus propios perfiles.
Inmersión lingüística	Alta. La interfaz puede configurarse en 110 idiomas. Un alto porcentaje de los contenidos está en Inglés.

5.1 Aplicación dentro de la metodología CLIL

Facebook, al ser la red social más popular, también es la red social más analizada educativamente hablando. Debido a los numerosos servicios que posee, proporciona variadas herramientas útiles en educación, siendo las más interesantes las basadas en la creación de grupos de diferentes grados de privacidad, que pueden funcionar como extensión del grupo clase o para la realización de trabajos en equipo.

Cabe señalar, en este sentido, que Facebook posee un servicio destinado a colegios o entidades educativas que permite la creación de grupos cerrados en los que los participantes no hace falta que se tengan agregados como amigos entre sí. De esta forma, se respeta la privacidad de los usuarios y el uso de la red social para su vida privada, pero con la posibilidad de participar en un grupo dedicado únicamente a aspectos académicos.

Una vez señalada esta importante característica, a continuación se proponen² una serie de aplicaciones en el aula:

- **Utilización de grupos de Facebook:**
 - **Grupos como extensión del grupo clase:** El docente puede crear un grupo, cuyo acceso esté restringido, que funcione como una extensión de la asignatura, pudiendo publicar apuntes, enlaces de interés, resolver dudas, etc. Al ser un grupo restringido al grupo bilingüe, esta agrupación permite la utilización de la segunda lengua tanto para publicar contenidos como para participar en el grupo. De esta forma, se puede obtener una inmersión lingüística total si se insta a los alumnos a utilizar únicamente el segundo idioma dentro de este grupo.
 - **Grupos de alumnos con tutorización del docente:** En la realización de trabajos que requieran la supervisión del docente, pueden establecerse

² Éstas y sucesivas propuestas de aplicación en el aula corresponden a sugerencias elaboradas por la autora de este trabajo. En cada caso, estas propuestas se clasifican atendiendo a criterios diferentes tales como las características de la red social analizada y el uso que se pretende dar a la misma.

grupos restringidos con únicamente los integrantes del grupo y el profesor. De esta forma, los estudiantes pueden poner en común sus trabajos y organizarse para ir elaborando el trabajo de forma conjunta. De nuevo, la inmersión lingüística puede ser total si se anima a los alumnos a utilizar el segundo idioma para organizarse y hablar entre ellos. El docente puede participar para guiar a los alumnos y verificar que estas comunicaciones se hacen adecuadamente.

- **Grupo de alumnos:** Al igual que el grupo anterior, resulta ideal para que los alumnos colaboren en la realización de trabajos de clase. El problema es que al no contar con la supervisión del docente, puede que los alumnos no se comuniquen en el segundo idioma y pierda su función de inmersión lingüística.
- **Eventos:** El docente puede crear eventos, en vez de grupos, en los que trabajar sobre un determinado proyecto, tema o debate. Estos eventos pueden hacerse tan públicos como se quiera, permitiendo la participación de otros usuarios que puedan aportar algo. De esta forma puede favorecerse la comunicación con otras personas ajenas al entorno de los estudiantes, lo que puede proporcionar ambientes de aprendizaje y experiencias de comunicación reales para los alumnos. Aun así, hay que tener en cuenta que en estos eventos públicos pueden participar usuarios que no hagan un buen uso de la red y representen una amenaza para los alumnos. De todas formas, puede restringirse la privacidad de los eventos e invitar únicamente a usuarios de confianza.
- **Contactar con otros centros, docentes y estudiantes:** A través de grupos o eventos, el docente puede proporcionar espacios en los que los estudiantes puedan relacionarse o realizar proyectos y trabajos con estudiantes de otros centros. Esta es una de las características más importantes de las redes sociales, ya que permiten contactar con personas de otros países con las que poder comunicarse en otro idioma y poder beneficiarse de esta práctica. Entre otras, se proponen las siguientes actuaciones:
 - Los alumnos pueden utilizar la segunda lengua para comunicarse con estudiantes de otros países con los que compartan intereses.
 - Docentes de diferentes países pueden establecer grupos de trabajo en los que compartan recursos y metodologías.
 - Los profesores pueden crear grupos en los que participen estudiantes de diferentes países para que colaboren en la realización de un proyecto común.

6. Tuenti

Tuenti es una red horizontal y generalista similar a Facebook. Tiene especial presencia en España, siendo prácticamente desconocida en otros países. Se trata de una red utilizada principalmente por adolescentes, estando su contenido más adaptado a ellos y sus necesidades.

Después de Facebook, Youtube y Twitter, es la cuarta red social más visitada en España, con más de 9 millones de usuarios en nuestro país. La usa un 34% de los usuarios de redes españoles y la conoce el 83% de los internautas.

Al ser la red favorita de los internautas españoles entre 13 y 17 años, con un 41% frente al 34% de Facebook, los alumnos de secundaria y universitarios, son los principales usuarios de esta red social que está destinada a mayores de 14 años.

7.- Redes utilizadas / visitadas



Facebook sigue siendo la red social **más utilizada** por los encuestados. Le siguen Youtube, Twitter, Tuenti (aunque presenta un retroceso con respecto al 2011) y Google+. Se está dando un cambio de redes sociales, unas se sustituyen por otras, pero no se aumenta el número de redes a utilizar.

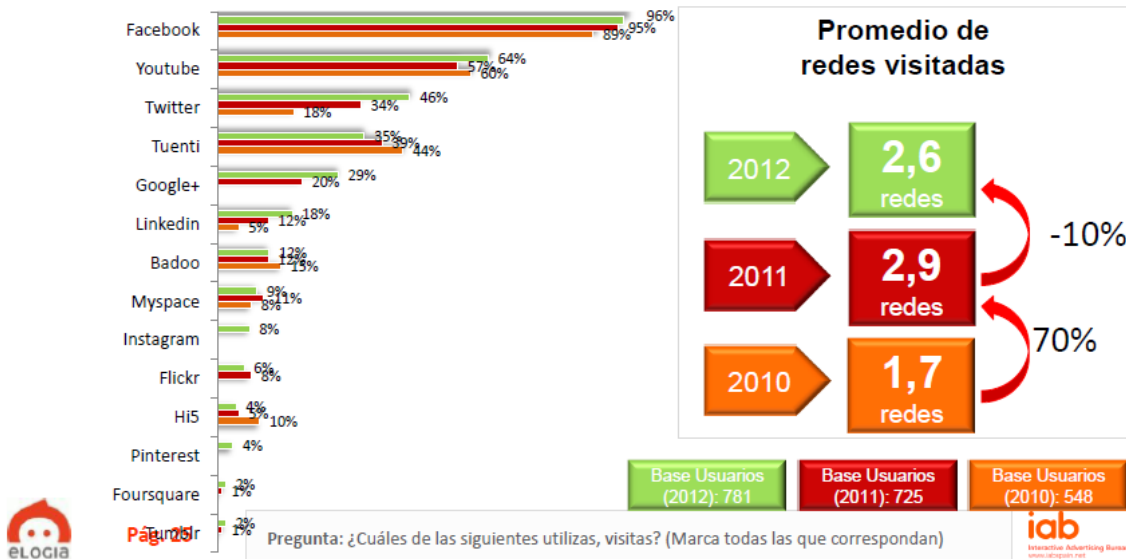


Fig. 7: Redes Sociales más visitadas en España (Iab Spain Research, 2013:25)

Tuenti	
Tipo	Red social horizontal.
Objetivos	Interacción social con otros usuarios.
Privacidad	Acceso abierto proporcionando un número de teléfono. La edad mínima para acceder es de 14 años. Se deben proporcionar datos personales como nombre y edad, pero otros

	<p>datos son opcionales. Desde la política de privacidad se establece que estos datos debe ser veraces y se reservan el derecho a dar de baja a usuarios que no lo cumplan.</p> <p>Existen distintos niveles de privacidad que el usuario puede controlar.</p>
Público	Originalmente estaba dirigida para universitarios veinteañeros, actualmente los usuarios son mayoritariamente adolescentes.
Servicios	<p>Tuenti ofrece, como otras redes sociales del mismo tipo, una página de inicio donde aparece la última información de los contactos y eventos. Está disponible también una página donde se recoge el perfil del usuario con su información personal y sus actualizaciones. Otros servicios que ofrece son:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mensajería privada. - Pestaña “vídeos” que permite buscar videos por categorías y también permite ver películas bajo alquiler. - Pestaña “fotos” donde los usuarios pueden subir sus propias fotos, etiquetarlas y publicarlas en su propio tablón. - Página de juegos “Tuenti juegos” que permite jugar en tiempo real con amigos. - Página “Tuenti Sitios” que funciona como un escaparate para establecimientos. - “Eventos” permite crear páginas a cualquier usuario para agregar contenido de cualquier tipo y permite invitar a otros usuarios. - Chat, tanto entre dos individuos como chat grupal.
Publicidad	Incorpora un servicio de publicidad denominado Tuenti Ads.
Inmersión lingüística	Baja. La interfaz puede configurarse en 7 idiomas, entre ellos el inglés. Apenas existen contenidos en inglés.

6.1 Aplicación dentro de la metodología CLIL

Debido a la gran similitud con Facebook, esta red social permite realizar prácticamente las mismas actividades ya descritas. La diferencia con Facebook reside principalmente en que los contenidos están casi en su totalidad en castellano y la mayoría de los usuarios son españoles, por lo que las oportunidades de practicar la segunda lengua con estudiantes de otros países son muy reducidas. Sin embargo, puede usarse el espacio dedicado a los eventos para formar grupos de diferente tamaño, ya sea para toda la clase, para grupos con supervisión del docente o grupos pequeños, al igual que ocurría con los grupos de Facebook. En todos ellos, se permite la subida de enlaces, fotos y vídeos que los invitados al evento pueden comentar o aportar ellos mismos nuevos contenidos.

Si todos estos contenidos se trabajan en la segunda lengua, con supervisión del docente, el uso de Tuenti puede favorecer la práctica del idioma además de servir de espacio de colaboración entre alumnos.

En el capítulo sobre “Experiencias de uso de redes sociales en el aula”, redactado por M^a del C. Llorente Cejudo, dentro del libro *Tejidos educativos para los nuevos entornos* de Linda Castañeda Quintero, se recoge una de estas experiencias aplicadas a Tuenti, que es interesante analizar. En este caso, la asignatura impartida era Educación Física, y tras la puesta en marcha de Tuenti como una herramienta más en el aula, el docente pudo resumir las siguientes ventajas:

- Permite tener una relación más cercana con el alumnado, lo que posibilita a su vez tener un buen clima de aula. Incluso permite “llegar” a aquellos alumnos desmotivados o en situación de abandono escolar.
- Compartir con el alumnado materiales educativos (fotos, vídeos, etc.) elaborados en clase y también en excursiones.
- Tanto los alumnos como el profesor podemos hacer comentarios sobre dichas fotos y vídeos, con lo que aumenta el *feedback* de tipo terminar retardado y la crítica constructiva hacia posibles errores.
- Evaluar actividades realizadas en clase a través de fotos y vídeos.
- Crear eventos en la red relacionados con Educación Física, tanto en horario escolar (por ejemplo, una reunión informativa sobre el programa del deporte en la escuela), como a nivel extraescolar (por ejemplo, invitar a los alumnos mediante un evento a que participen en la carrera popular de su pueblo).
- Enlaces a posibles páginas web relacionadas con la Educación Física, y en mi caso, al blog de la asignatura de mi IES, así como incluso crear otro blog dentro de Tuenti.
- Controlar posibles conflictos entre el alumnado.
- A través del apartado de mensajes se puede facilitar una tutoría virtual con el profesor, de tal manera que los alumnos puedan formular preguntas o dudas sobre cosas tratadas en la clase.
- Formar a un alumno más autónomo, responsable y seguro en el uso de las TIC, herramienta fundamental en la sociedad del siglo XXI.

Como podemos ver, todas estas experiencias serían fácilmente aplicables bajo una metodología CLIL, ya que se favorece el trabajo en equipo, la adquisición de habilidades, la autonomía, la motivación y, si se fomenta la comunicación en la segunda lengua, la práctica de la misma fuera del ámbito académico.

7. Twitter

Twitter es una red social de *microblogging* muy sencilla, ya que únicamente permite enviar mensajes de texto con una longitud máxima de 140 caracteres. Su servicio es muy simple: solo es posible subir fotos o enlaces a otras páginas y no existe la posibilidad de formar grupos ni posee ninguna de las características que tienen otras redes sociales (De Haro, 2010). Se atribuye su gran éxito a esta simplicidad y existen gran cantidad de servicios y redes sociales conectados a Twitter.

Se ha demostrado que esta herramienta es excelente para generar conversaciones entre marcas y seguidores, por lo que es una excepcional herramienta de atención al cliente para las empresas. También es un excelente termómetro para medir los temas de actualidad.

Twitter es la tercera red social más conocida en España, la conoce el 98% de los usuarios y la usa el 46% de los internautas. Entre su audiencia, predominan las mujeres (62%) frente a los hombres (38%) y el 71% de usuarios están entre los 25 y 54 años.

Twitter	
Tipo	Red social de <i>microblogging</i>
Objetivos	Interacción social mediante el envío de micro-entradas de texto denominadas “tweets”.
Privacidad	Para poder acceder es necesario proporcionar una dirección de email, un nombre y un nombre de usuario. Tanto el nombre como el nombre de usuario son públicos. Twitter permite configurar la privacidad de los mensajes, teniendo únicamente dos opciones; configuración pública, en la que todos los mensajes escritos pueden verse públicamente de manera instantánea, y configuración privada, en la que únicamente los seguidores aceptados pueden ver lo que se publica. Para utilizar el motor de búsqueda o visualizar los perfiles públicos no es necesario estar registrado.
Público	Está dirigida a todos los públicos aunque en su uso predominan ligeramente los hombres (55%) y los usuarios entre 35 y 54 años (36%).
Servicios	Twitter permite publicar entradas de texto de hasta 140 caracteres, en los que se pueden agregar fotos o enlaces a otras páginas. Permite seguir a otros usuarios y que otros usuarios nos sigan a nosotros. Otros servicios son: <ul style="list-style-type: none"> - Mensajería privada. - Página de fotos, donde se recopilan todas las fotos y videos subidos por el usuario. - Motor de búsqueda. - Uso de “hashtags” con el símbolo #, que sirve para marcar una entrada y que ésta pueda encontrarse a través del motor de

	<p>búsqueda.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Relacionada con la anterior, medidor de popularidad de un determinado “hashtag” a nivel mundial o nacional. Son los denominados “Trending Topic” (TT) o temas de actualidad.
Publicidad	Moderada. Existen mensajes patrocinados por las marcas.
Inmersión lingüística	Alta. Puede configurarse en 33 idiomas y un alto porcentaje de los contenidos está en inglés.

7.1 Aplicación dentro de la metodología CLIL

Como señala De Haro (2010), Twitter puede utilizarse para realizar actividades en las que se usen textos cortos. Debido a esta limitación de 140 caracteres, Twitter no permite realizar publicaciones extensas, pero a su vez es un medio excelente para mantenerse al día de noticias y novedades y también es un sistema de comunicación rápido y eficaz. A continuación se proponen una serie de actividades que podrían llevarse a cabo mediante esta herramienta, clasificadas en función del usuario, ya sea el centro, el docente o los propios estudiantes, los que creen los contenidos y participen la red social.

Centros Educativos

Desde el centro puede utilizarse Twitter como un medio de comunicación. Quizá no tiene una aplicación tan clara en relación a la metodología CLIL ya que no podría utilizarse la segunda lengua para comunicarse, aunque sí tiene aplicaciones interesantes:

- Utilizar Twitter para dar información y realizar anuncios de eventos de forma que se facilite la comunicación con toda la comunidad educativa.
- Ponerse en contacto con otros centros, incluso de otros países, participando en proyectos comunes.

Docentes

Desde el punto de vista del docente, Twitter ofrece varias posibilidades dentro del contexto CLIL. Si se utiliza la segunda lengua para comunicarse con sus alumnos en Twitter ya se está favoreciendo la práctica del idioma fuera del aula. Además, se proponen varias actuaciones que podría realizar el docente basadas en los principios CLIL:

- Comunicar a los alumnos novedades con respecto a las asignaturas como cambio de fechas de proyectos o exámenes.
- Compartir enlaces de interés y noticias.

- Establecer encuestas sobre temas controvertidos con la ayuda de herramientas como Twtpoll, que permiten compartir la encuesta a través de Twitter pero para participar en ella no es necesario ser usuario de Twitter.
- Contactar con docentes de otros centros o países para compartir ideas, proyectos y metodologías.
- Realizar sesiones de video en directo online.
- Sugerir seguir a un personaje interesante en relación con la asignatura, de forma que los alumnos se encuentren más motivados hacia la misma al tener referentes reales.
- Crear una etiqueta o “hashtag” para cada asignatura, de modo que los alumnos encuentren con facilidad lo publicado en relación a su nivel y asignatura.

Estudiantes

Desde el punto de vista de los estudiantes, puede autorizarse que los mismos utilicen twitter ya sea dentro del aula o fuera de ella. El docente puede dirigir actividades como las propuestas a continuación, fomentando el uso de la segunda lengua:

- Participar en debates sobre un tema en concreto, designado con un “hashtag” en los que el docente actúe como moderador.
- Crear micro-cuentos o mini-historias en las que cada alumno aporte un trozo pequeño del mismo.
- Contactar con estudiantes de centros de otros países con los que poder compartir aficiones o llevar a cabo proyectos en común.
- Comunicarse con compañeros de forma rápida y sencilla mientras realizan trabajos en grupo.
- Analizar los mensajes escritos sobre un tema o evento en concreto, mediante aplicaciones como Twitterfall (<http://twitterfall.com>).
- Buscar y compartir noticias relacionadas con el tema o la asignatura.

8. Pinterest

Pinterest es una red social vertical basada en compartir imágenes, vídeos y enlaces a modo de tablón de corcho en Internet. Además permite participar en los tabloncillos de otros usuarios y realizar búsquedas temáticas. Su principal virtud reside en que es muy visual.



Fig. 8: Popularidad de Instagram y Pinterest entre los internautas (Van Belleghem, 2013: 9)

Los datos recabados por Insites Consulting en “Social Media around the world 2012” señalan que el conocimiento de los internautas de Pinterest está creciendo, con un 24% de ellos que afirman conocer esta red social. Su uso se ha visto incrementado un 60%.

En este estudio se señala, además, que existe un creciente interés en usar este tipo de red social en el futuro. Alrededor de un 60 % de internautas afirman que seguirán usando Pinterest, situándola como la red social con más probabilidades de crecimiento en EEUU y Europa. Esto es debido, básicamente, a que no constituye una sustitución de las redes sociales existentes, sino que ha sido creada para complementarlas, ofreciendo características adicionales y una completa integración con las mayores redes sociales del momento, como Facebook y Twitter.

Pinterest	
Tipo de red social	Red social vertical.
Objetivos	Según los propios administradores: conectar a todos en el mundo, a través de cosas que encuentran interesantes.
Privacidad	El acceso es libre para mayores de 13 años registrándose con una dirección de correo electrónico o conectando la cuenta a Facebook.

	Pinterest posee una característica que permite denunciar o bloquear a otros usuarios por actividad negativa u ofensiva.
Público	Mayoritariamente la usan mujeres (61%) entre 25 y 34 años (46%).
Uso	Los usuarios pueden crear y administrar las imágenes, vídeos y enlaces (“pin”) en tableros (“pinboards”) personales temáticos. Los usuarios pueden buscar otros “pines” o “pinboards” por temática, re-publicándolos (“re-pin”) en sus propios tableros o darles a “me gusta” También permite seguir a otros usuarios o determinados “pinboards” creados por otros.
Publicidad	Presencia alta. Las marcas suelen presentar sus productos con perfiles propios y también existe una alta difusión de los mismos por parte de los usuarios. Pero si no se decide seguir a estos perfiles creados por las marcas, la presencia de publicidad es mínima.
Servicios	-Almacenar y clasificar enlaces a modo de tablón de corcho. -Crear tableros temáticos. -Realizar búsquedas por temática. -Agregar a otros usuarios o sólo determinados tableros de otros usuarios. -Crear tableros compartidos con otros usuarios. -Crear tableros privados, que solo pueden ser vistos por el propio usuario. -Subir imágenes propias.
Inmersión lingüística	Alta. La interfaz puede configurarse en siete idiomas; Inglés, Francés, Alemán, Italiano, Portugués y Español. Un alto porcentaje de los contenidos está en Inglés.

8.1 Aplicación dentro de la metodología CLIL

A pesar de ser una red social relativamente desconocida, todos los estudios indican que está experimentando un gran crecimiento que continuará en el futuro. Además de su atractivo aspecto visual, tiene la gran ventaja de funcionar como complemento a otras redes sociales muy conocidas como son Facebook y Twitter. De esta forma, no compite con ellas por los usuarios, si no que les ofrece a los mismos unos servicios complementarios.

Por lo tanto, a la hora de estudiar su aplicación en educación, no hay que olvidar esta característica tan importante ya que permitiría al docente y a los estudiantes disponer de un espacio adicional fuera de su red social habitual, en la que se centran en sus relaciones personales, pero a la vez, podrían conectar ese espacio con su red social.

Una vez dicho esto, las posibilidades educativas de Pinterest son numerosas e interesantes, a pesar de la sencillez de su servicio. En el apartado de anexos se incluye el diseño propio y original de una actividad utilizando esta red social, contextualizada dentro del desarrollo del Prácticum del Máster. A pesar de que no ha sido posible llevar a cabo la actividad en el aula, se incluye en este trabajo el diseño de la misma como un ejemplo de aplicación de Pinterest dentro del aula, así como el contexto en el que se tenía pensado llevarla a cabo (Anexo I).

Además, a continuación se detallan otras posibles actuaciones que podrían realizarse siguiendo la metodología CLIL, clasificadas en función del uso principal que se quiera hacer de la misma, ya sea como mero espacio de recopilación y organización, como herramienta de colaboración o dejando a los estudiantes utilizar esta red social:

Recopilación de contenidos y organización ideas

Gran cantidad de los contenidos presentes en esta red social están en inglés, aunque también existen publicaciones en otros idiomas. Esto favorece encontrar materiales que se puedan utilizar en clase, adaptados al nivel del alumnado. En esta recopilación de contenidos se sugieren algunas posibilidades:

- Crear tableros de recursos para otros profesores o estudiantes.
- Encontrar y “pinear” imágenes, proyectos, videos, historias y otros contenidos para la planificación de lecciones futuras.
- “Pinear” eventos actuales o noticias en un tablero para que los estudiantes los lean cada día.
- Usar el motor de búsqueda para encontrar contenidos de un determinado tema, entre ellos, encontrar gran cantidad de materiales gratuitos para usar en clase.
- Guardar enlaces en tableros temáticos fáciles de visualizar en un solo vistazo, pudiendo añadir comentarios a los mismos para que sea más fácil identificar porqué se ha “pineado”.
- Crear tableros para cada unidad didáctica o asignatura donde se recojan ideas, actividades, imágenes, vídeos, etc., que puedan utilizarse en clase o como material de ampliación para los alumnos.
- Crear un tablero que recoge toda la bibliografía disponible para que los estudiantes sepan qué libros y recursos están disponibles para ellos.
- No todos los tableros tienen que ser públicos, Pinterest da la opción de crear tableros “secretos” que sólo puede ver el usuario y son útiles para recoger todos aquellos visuales que no se quiere que invadan el muro de los seguidores.

Colaboración entre docentes

Al igual que la mayoría de los contenidos son en inglés, la presencia de angloparlantes en Pinterest es muy alta, por lo que puede encontrarse con facilidad otros docentes y

usuarios interesantes con ese perfil. Además no sólo se puede contactar con docentes de otros países, por lo que esta herramienta es interesante para realizar colaboraciones como las que se detallan a continuación:

- Encontrar otros profesores que tengan intereses similares para compartir unidades didácticas, proyectos e ideas de enseñanza.
- Crear tableros abiertos a la comunidad educativa para que los estudiantes y padres puedan publicar contenidos en ellos también.
- Pedir que otros usuarios revisen los contenidos para mejorar nuestros propios proyectos o materiales.
- Conectar con gente de otras clases, centros, grupos educativos, etc.
- Favorecer la colaboración entre profesores de cualquier especialidad. Los profesores pueden crear una página de Pinterest para una clase en particular con Pines que se centran en los temas importantes de la lección.

Uso con los estudiantes

Si se permite que los alumnos utilicen esta red social, puede fomentarse no sólo la utilización de la segunda lengua fuera del aula, si no que se favorece la autonomía y el autoaprendizaje de los alumnos, tal y como se propone:

- Usar tableros como una recopilación visual de imágenes para diseñar proyectos de clase y collages.
- Usar los tableros de la comunidad para proyectos grupales.
- Incentivar el trabajo online de los estudiantes.
- Crear “tableros de estudio” que pueden ser muy útiles de cara a exámenes que requieran memorizar ya que su estilo visual es excelente para ayudar a recordar hechos. Pueden buscarse fotos en su motor de búsqueda del tema sobre el tema que se está estudiando y guardar las preferidas en el tablero. Cuando se tiene el tablero completo los visuales se presentan de forma simple y organizada.
- Recopilar diferentes experimentos realizados por otros tanto en vídeo como en imágenes para mostrar el procedimiento a los estudiantes.
- Analizar el vocabulario y el lenguaje que utilizan los nativos al publicar contenidos para ampliar el vocabulario de un determinado tema.
- Recoger ideas en un tablero de inspiración: Puede utilizarse para motivar a los estudiantes, incluso recogiendo sus propias ideas.
- Realizar “pines” como parte de la lección. Puede instarse a los estudiantes a encontrar y “pinar” elementos apropiados a determinados temas de la lección.
- Usar Pinterest como un diario fotográfico. Los estudiantes pueden usar diferentes tableros para documentar una excursión que hayan hecho, los pasos realizados en un experimento, etc.

9. Conclusiones

A lo largo de este trabajo hemos analizado la utilidad de las redes sociales en el ámbito educativo, y en especial la metodología CLIL. Se ha comenzado con concretar en qué consiste la metodología CLIL, asumiendo que se trata de una metodología dual, en la que se trabaja tanto el idioma como el contenido. Entre los principios de CLIL, cabe destacar que es una metodología centrada en el alumnado, que promueve el autoaprendizaje, el uso de materiales reales y que favorece el desarrollo de las múltiples inteligencias de los estudiantes.

A continuación, hemos analizado en detalle qué son las redes sociales y cómo podríamos aplicarlas bajo este contexto. Para esto, buscamos un medio de clasificar las abundantes redes sociales que nos podemos encontrar en la red, bien por sus características, bien por las relaciones entre sus miembros o por la disposición interna de la estructura de estas plataformas sociales. Al tiempo, hemos podido observar las más populares entendiéndolas como recurso pedagógico más que como pasatiempo más o menos frívolo.

Para evaluar más de cerca su aplicación pedagógica, se han seleccionado cuatro redes sociales en las que se han estudiado las características y las posibilidades educativas que ofrecen. De entre las innumerables redes sociales existentes, se han escogido, para empezar, las dos redes horizontales más populares: Facebook, a nivel mundial, y Tuenti, a nivel de España. Posteriormente analizamos otra red mundialmente conocida pero de tipo *microblogging*: Twitter. Por último, investigamos la posible utilidad de una red social relativamente nueva y de tipo vertical: Pinterest.

Se ha demostrado, con la aplicación de estos datos y de las posibilidades de estas herramientas que están a nuestra disposición, que enfocadas adecuadamente, pueden encajar perfectamente con los principios metodológicos, pedagógicos y didácticos que se esperan de los docentes y profesores dentro del marco de la metodología CLIL. Favorecen la puesta en práctica de la segunda lengua en ámbitos no académicos, fomentando el desarrollo del vocabulario y la fluidez de los alumnos. Además, apoyan y fomentan la participación de sus alumnos y alumnas en la creación de los contenidos de aprendizaje, estimulan la curiosidad y también el interés intelectual por encima de las habilidades memorísticas, pilares básicos en la metodología CLIL.

10. Referencias bibliográficas

- BLATTNER G. LOMICKA L. (2012). *Facebook-ing and the Social Generation: A New Era of Language Learning*. Alsic, vol. 15, nº1. Disponible en: <http://alsic.revues.org/2413> (Último acceso : febrero 2014)
- BOYD, D. M. & ELLISON, N. B. (2007). *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication, vol .13(1), 210-230. Disponible en: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html> (Último acceso: enero 2014)
- CASTAÑEDA QUINTERO, L. (Coord.). (2010) *Aprendizaje con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos*. Alcalá de Guadaíra, Sevilla: Editorial MAD.
- COMSCORE (2012). *2010 Europe Digital Year in Review*. Disponible en: http://www.comscore.com/Insights/Presentations_and_Whitepapers/2011/2010_Europe_Digital_Year_in_Review (Último acceso: Marzo 2014)
- COMSCORE (2013). *Spain Digital Future in Focus 2013. Hechos clave del mercado digital español*. Disponible en: http://www.comscore.com/esl/Insights/Presentations_and_Whitepapers/2013/2013_Spain_Digital_Future_in_Focus (Último acceso: Febrero 2014)
- COYLE, D. (1999). *Theory and planning for effective classrooms: supporting students in content and language learning contexts* en MASIH, J. (Ed.): *Learning Through a Foreign Language*. London: CILT.
- COYLE, D., HOOD, P. & MARSH, D. (2010). *CLIL: Content and language Integrated Learning*. England: Cambridge University Press.
- DE HARO OLLÉ, J. J. *Redes Sociales en Educación*. Disponible en: http://www.cepazahar.org/recursos/pluginfile.php/6425/mod_resource/content/0/redes_sociales_educacion.pdf (Último acceso: enero 2014)
- DE HARO OLLÉ, J. J. (2010). *Redes sociales para la educación*. Madrid; Anaya multimedia.

- ELOGIA & IAB SPAIN RESEARCH (2013). *IV Estudio anual Redes Sociales*. Disponible en: http://www.iabspain.net/wp-content/uploads/downloads/2013/01/IV-estudio-anual-RRSS_reducida.pdf (Último acceso: Marzo 2014)
- INTECO (2009). *Estudio sobre la privacidad de los datos personales y la seguridad de la información en las redes sociales online*. Disponible en: http://www.inteco.es/guias_estudios/Estudios/est_red_sociales_es (Último acceso: Febrero 2014)
- LLINARES, A., MORTON, T. & WHITTAKER, R. (2012). *The Roles of Language in CLIL*. Cambridge: Cambridge University Press.
- MARSH, D. (2002). *CLIL/EMILE – The European Dimension: Actions, Trends and Foresight Potential*. Bruxelles: The European Union.
- MARSH, D., MALJERS, A. & HARTIALA, A.-K. (2001). *Profiling European CLIL Classrooms – Languages Open Doors*. Jyväskylä: University of Jyväskylä.
- MARSH, D., MEHISTO, P., FRIGOLS, M. & WOLFF, D. (2010). *The European Framework for CLIL Teacher Education*. Graz, Austria: ECML.
- MEHISTO, P., MARSH, D & FRIGOLS, M. (2008). *Uncovering CLIL: Content and Language Integrated Learning and Multilingual Education*. Oxford: Macmillan.
- MEEKER, M. & WU, L. (2013). *Internet Trends D11 Conference*. Kleiner Perkins Caufield Byers. Disponible en: <http://www.kpcb.com/file/kpcb-internet-trends-2013> (Último acceso: Febrero 2014).
- MOLINA, J. L. (2001). *El análisis de redes sociales. Una introducción*. Barcelona: Edicions Bellaterra.
- Real Decreto 1720/2007 de 21 de diciembre, desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal, Art. 13
- SCHURGIN O'KEEFEE, G., CLARKE-PEARSON, K. AND COUNCIL ON COMMUNICATIONS AND MEDIA (2011). *Clinical Report – The Impact of Social Media on Children, Adolescents and Families*. American Academy of Pediatrics. Disponible en www.pediatrics.org/cgi/doi/10.1542/peds.2011-0054 (Último acceso: Enero 2014)

- VAN BELLEGHEM, S., THIJS, D. & DE RUYCK, T. (2012). *Social Media around the World 2012*. InSites Consulting. Disponible en <http://www.slideshare.net/InSitesConsulting/social-media-around-the-world-2012-by-insites-consulting> (Último acceso: Febrero 2014)

11. Anexos

Anexo I

En el presente Anexo se detalla una actividad diseñada, propia y totalmente original, en la que se utiliza una red social, Pinterest, para la realización de un proyecto de clase con el alumnado. Ya que está diseñada para ser aplicada en una clase bilingüe, el desarrollo de la misma está en inglés.

Class project with *Pinterest*

- **Subject:** Natural Science
- **Unit:** Plants and fungi
- **Level:** 1st year of ESO

Brief description of the activity

Students, in groups, will create a Pinterest board that represents one of the four groups of plants studied in class (Bryophytes, Pteridophytes, Gymnosperms or Angiosperms). The board will be a collage of at least 10 pictures, diagrams, ideas, or videos. They will have to write in each pin a brief description of it and they will have to write some comments about the things they found interesting. Finally, they will explain in front of their classmates what they have done.

Aims

Students will have to:

- learn how to use Pinterest with an educational purpose.
- decide which contents are appropriate for the topic.
- communicate and collaborate with their classmates through the social net in the second language.
- be able to explain how they used the social net and the materials they chose.

Worksheet for students

Class project with

Topic: One of the four groups of plants: Bryophytes, Pteridophytes, Gymnosperms or Angiosperms.

Instructions

Follow these steps carefully:

1. **GROUPS:** Make groups of 3 or 4 people.
2. **TOPIC:** Choose one of the four groups of plants: Bryophytes, Pteridophytes, Gymnosperms or Angiosperms.
3. **ACCOUNT:** Each member of your group has to set up an account on Pinterest (www.pinterest.com). Follow the steps on these tutorials to know how to create an account:

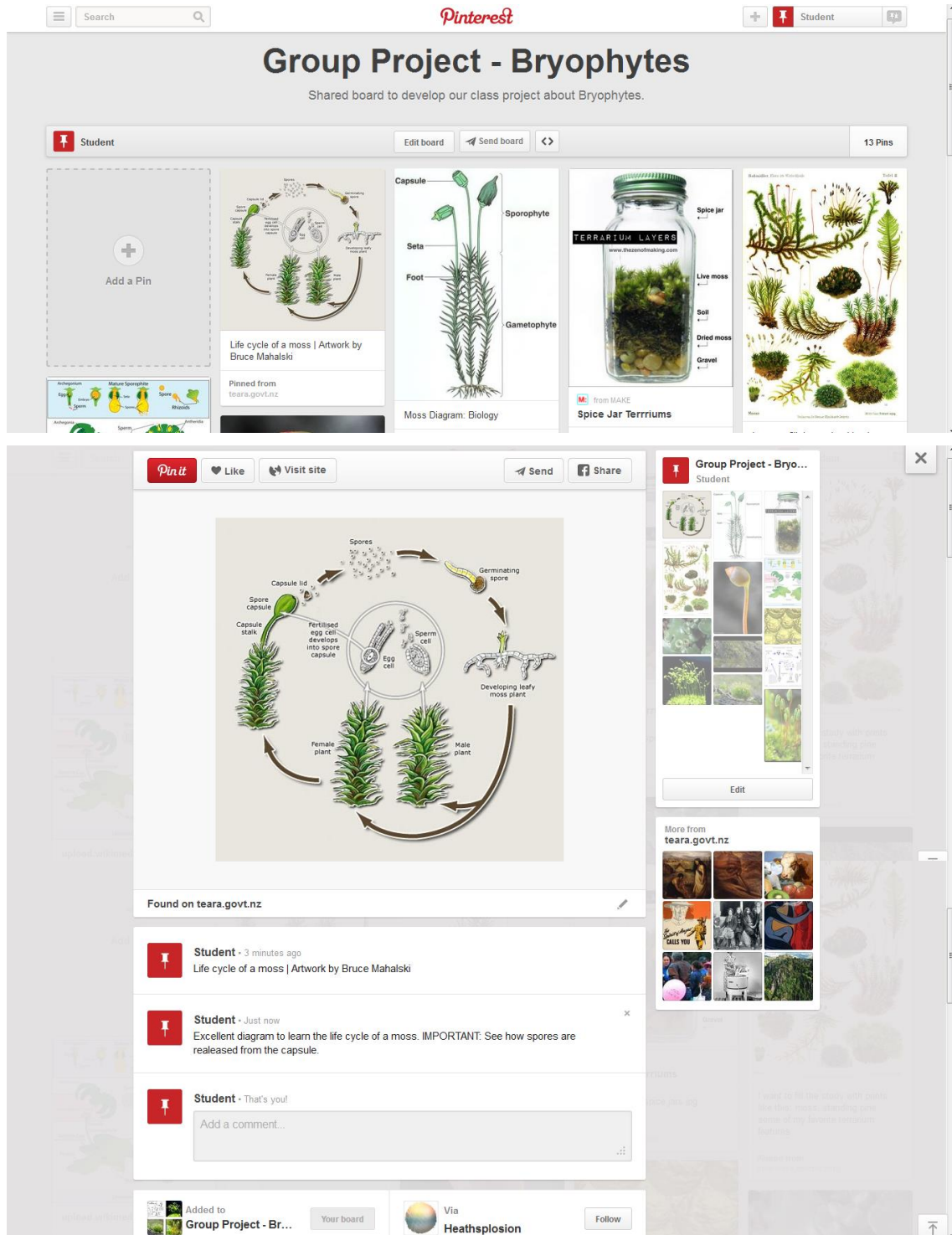
<https://www.youtube.com/watch?v=TrRcVj-1pyk>

<https://www.youtube.com/watch?v=BQQW4XwWCbY>

4. **LANGUAGE:** Once you have created your account, remember to change in the options the language to English (UK)
5. **BOARD:** Create a board that you are going to call "GROUP PROJECT – NAME OF PLANT'S GROUP". For example: "GROUP PROJECT – BRYOPHYTES".
6. **ADD MEMBERS:** You can edit this board to add the rest of the members of your group by entering their emails. This way, each member can add content to the board. Add the teacher's email too.
7. **PIN:** Start adding "pins" to that board related to the topic. You can search the web and add the link and image to your board, you can upload your own image or you can search Pinterest, writing in the search bar some key words related to the topic (try the name of the plant's group, for example).
8. **COMMENT:** Remember to write a comment on the caption and comment, also, on the pins of the other group members.
9. **PRESENTATION:** When you have a minimum of 10 pins, prepare your presentation to the rest of your classmates explaining what you have done and the pins you have used.

Examples

These images, taken from www.pinterest.com, are some examples of the activity. The first one shows an example of a shared board created by students and the second one shows a picture with its source citation and some comments students could leave on it.



Assessment

Students will be assessed during the whole activity as the teacher will be able to enter the different boards students will be creating. They will have a final assessment during the presentation, in which students will have peer-assessment as well as teacher assessment.

The following rubric will be used to assess student’s work by both classmates and teacher.

Pinterest activity rubric				
	3	2	1	Mark
Content and images	Board covers topic completely and in depth and images create interest.	Board includes essential information and some images relate to the topic.	Board includes little or no essential information and images do not relate to the topic.	
Source citations and annotations	All sources cited and annotations concise and appropriate.	Some sources cited and some annotations appropriate.	Sources not cited correctly and lack of annotations.	
Grammar	No grammatical mistakes.	3 – 4 grammatical mistakes.	> 4 grammatical mistakes.	
Oral presentation	Good communication of ideas, appropriate language and clear delivery.	Some difficulty communicating ideas or lack of preparation.	Great difficulty communicating ideas. Little or incomplete work.	
Timeline	Project completed on the date due.	Project completed 1 day late.	Project completed 2 days late or more.	
Collaboration	Works well with others and assumes responsibilities.	Works with others but has some difficulty sharing decisions and responsibilities.	Does not work with others and does not assume responsibilities.	
			Total mark:	
Comments:				