

INNOVACIÓN DOCENTE EN EDUCACIÓN: EXPLORANDO RETOS Y OPORTUNIDADES EN LA ENSEÑANZA Y EL APRENDIZAJE

Comps.

Ana Belén Barragán Martín, María del Mar Simón Márquez,
Elena Martínez Casanova, Silvia Fernández Gea, María del Carmen Pérez Fuentes



Innovación Docente en Educación: Explorando retos y oportunidades en la enseñanza y el aprendizaje

Comps.

Ana Belén Barragán Martín

María del Mar Simón Márquez

Elena Martínez casanova

Silvia Fernández Gea

María del Carmen Pérez Fuentes

© Los autores. NOTA EDITORIAL: Las opiniones y contenidos de los textos publicados en el libro “Innovación Docente en Educación: Explorando retos y oportunidades en la enseñanza y el aprendizaje”, son responsabilidad exclusiva de los autores; así mismo, éstos se responsabilizarán de obtener el permiso correspondiente para incluir material publicado en otro lugar, así como los referentes a su investigación.

No está permitida la reproducción total o parcial de esta obra, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por ningún medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, u otros medios, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright.

Editorial DYKINSON, S.L. Meléndez Valdés, 61 - 28015 Madrid
Teléfono (+34) 91 544 28 46 - (+34) 91 544 28 69
e-mail: info@dykinson.com
<http://www.dykinson.es>
<http://www.dykinson.com>
Consejo Editorial véase www.dykinson.com/quienessomos
Madrid, 2025

ISBN: 979-13-7006-889-9

DOI: 10.14679/4604

Preimpresión realizada por los autores

CAPÍTULO 101

LAS REACCIONES ANTE LA ERA DEL X² ¿UN AUTÉNTICO DIÁLOGO EN EXTINCIÓN?

AMALIA FANÁ DEL VALLE VILLAR Y SONSOLES HERNÁNDEZ IGLESIAS
Universidad Francisco de Vitoria

INTRODUCCIÓN

La aceleración del diálogo

El diálogo constituye un elemento fundamental para la construcción de la identidad (Taylor, 2018). En tanto que la persona es un ser relacional, el lenguaje posibilita el encuentro con el otro y el crecimiento personal derivado de dicha relación (López-Quintás, 2009); pero, además, el lenguaje posibilita también un mejor conocimiento personal, ya que la relación con uno mismo se halla también mediada por la palabra. Señala Bellamy (2014) que el auge de la violencia juvenil se encuentra relacionado con el descredito que ha sufrido la enseñanza de la lengua en las escuelas en los últimos años, que conlleva el que la persona no sea capaz de comprenderse a sí misma ni de comprender al otro, quedando la violencia como único modo de expresión posible.

En este contexto digital han aparecido numerosas aplicaciones de comunicación, siendo la aplicación Whatsapp una de las más utilizadas a nivel mundial. De hecho, a principios de 2021 esta plataforma contaba con más de dos mil millones de usuarios en todo el planeta (Fernández, 2021). Esta aplicación de mensajería instantánea ha posibilitado conectarse fácilmente con familiares y amistades que se encuentran lejos fortaleciendo así las relaciones interpersonales (Matassi et al., 2019); durante la pandemia del coronavirus ha contribuido a aliviar la soledad del confinamiento (Stip et al., 2021); también ha sido empleada como una herramienta pedagógica que potencia un aprendizaje más activo (Dahdal, 2020), mejora de habilidades de comunicación oral (Andújar-Vaca y Cruz-Martínez, 2017) o que permite adquirir competencias digitales en un espacio no formal (Costa-Sánchez y Guerrero-Pico, 2020). Sin embargo, esta tecnología esconde también una serie de perjuicios relacionados con la posible generación de adicciones (Sultan, 2014), con problemas relacionados con el ciberacoso (Kashy-Rosenbaum y Aizenkot, 2020) o el empeoramiento lectivo (Aharony y Zion, 2019).

Además de las oportunidades y riesgos que conlleva el uso de esta y otras aplicaciones de mensajería similares, su utilización cotidiana plantea un nuevo campo de investigación relacionado con los procesos de comunicación en la era postdigital (Knox, 2019). Uno de los aspectos comunicativos que más parece verse afectado por

el uso de estas aplicaciones es el de la escucha. No cabe duda de que las plataformas digitales permiten un alcance comunicativo, que hasta hace pocos años resultaba totalmente inimaginable y incluso en la actualidad cuesta dimensionar (Tsikata, 2015). Sin embargo, cabe preguntarse si este énfasis de la dimensión productiva de la comunicación actúa en detrimento de la capacidad receptiva, haciéndose necesario profundizar en qué significa escuchar en una sociedad digital (Crawford, 2009; Stewart y Arnold, 2018), reclamando la diferencia entre oír y escuchar (Nichols y Starus, 2021).

A finales del mes de mayo de 2021, Whatsapp puso en marcha una nueva actualización que permitía a sus usuarios acelerar las notas de voz que recibían (Planes, 2021). Dada la importancia que tiene el diálogo y, por ende, la escucha para la construcción de la identidad esta actualización brinda una oportunidad única para realizar una aproximación cualitativa al fenómeno de la escucha en la época actual, analizando para ello las reacciones de usuarios de Whatsapp en la red social Twitter ante esta nueva posibilidad de la aplicación. Las preguntas de investigación que se plantean son:

Q1: ¿Cuál es la reacción de los usuarios de Twitter ante esta actualización?

Q2: ¿Existen diferencias en las reacciones a estos mensajes según si las notas aceleradas corresponden a la persona que escribe el tweet como emisor o como receptor?

Q3. ¿Existe algún colectivo sobre el que los audios tengan más probabilidad de ser acelerados que otros?

Las respuestas a estas preguntas podrán aportar enfoques interesantes para comprender los retos que supone la aceleración de determinados procesos intra e interpersonales para la construcción de la identidad personal de los jóvenes en el contexto actual.

MÉTODO

La investigación se ha realizado siguiendo un enfoque cualitativo, combinando las aproximaciones de la teoría fundamentada (Andreú-Abela et al., 2007; Trinidad et al., 2006) con el análisis crítico del discurso (Van Dijk, 2008). Siguiendo para ello los tres pasos fundamentales en una investigación de estas características (Arbeláez y Onrubia, 2014): fase de preanálisis, fase analítico-descriptiva y fase interpretativa. Además, para una primera caracterización de los datos se ha efectuado un análisis documental, método de investigación que consiste en aplicar técnicas de análisis estadístico a corpus textuales a fin de hallar información relevante a través de diferentes análisis relacionados con la frecuencia de uso de las palabras (Baeza, 2021).

La selección de la muestra se realizó siguiendo un muestreo teórico para el que se comenzó explorando en la red social Twitter los tweets destacados que arrojaba el

buscador al insertar las palabras “audio” y “whatsapp”. Tras realizar distintas combinaciones de palabras clave (audio, whatsapp, rapidez, acelerar, velocidad, notas, voz), se eligió recuperar los tweets destacados que correspondieran a estas tres combinaciones: “acelerar audios”, “audios velocidad” y “notas whatsapp”, pues era la combinación que arrojaba un mayor número de tweets con un menor número de repeticiones. Se recuperaron un total de 3731 tweets que incluían algunas de las combinaciones anteriormente señaladas. Antes de analizar los datos se procedió a eliminar 2860 tweets que fueron clasificados como repetidos. Finalmente, en un análisis posterior de los 871 tweets restantes se eliminaron 254 por diversos motivos: repeticiones que no se habían eliminado en un primer momento, tweets que aun conteniendo las palabras clave quedaban fuera del foco temático del estudio y tweets que estaban escritos en una lengua diferente al castellano (portugués e inglés). Por tanto, el número final de tweets que fueron codificados y analizados fue 630.

El diseño de la investigación se realizó siguiendo las tres fases anteriormente mencionadas (Arbeláez y Onrubia, 2014). En primer lugar, se realizó una primera fase de preanálisis, que comenzó con la investigación del estado de la cuestión y la definición de las preguntas de investigación. Posteriormente, tras investigar la reacción de los usuarios a la aceleración de notas de voz en Whatsapp en distintas plataformas sociales como Instagram o Facebook, se decidió emplear esta red social por varios motivos entre los que destaca el gran eco que los usuarios de esta red social habían hecho del fenómeno estudiado en comparación con otras redes sociales. Una vez delimitado el campo de estudio, se procedió a realizar distintas incursiones en la misma a fin de seleccionar la muestra objeto de estudio. Tras la realización de la búsqueda de los términos anteriormente señalados se obtuvo una base de datos preliminar que tras varias cribas estuvo finalmente compuesta de 630 tweets.

Una vez culminada la primera fase de investigación dio comienzo el análisis y la descripción de los datos obtenidos. A la luz de la investigación realizada previamente se habían creado ya algunas categorías de codificación del material obtenido. Sin embargo, siguiendo los postulados de la teoría fundamentada (Glaser, 1992; Glaser y Strauss, 1967; Walker y Myrick, 2006) nuevas categorías de codificación fueron surgiendo a medida que se analizaban los tweets, produciéndose distintas rondas de análisis y codificación de los mismos. Finalmente, se emplearon las siguientes categorías de codificación:

- Actitud ante la actualización: Se examina la actitud (positiva, negativa o neutra) que emana el emisor en su tweet ante la actualización.
- Beneficiario de la aceleración: Se codifican los tweets según si el emisor considera que la actualización le favorece a él, favorece a otras personas o si no indica nada en este sentido.

- Notas de voz aceleradas: Los tweets fueron codificados en función de a quién pertenecían las notas de voz que se aceleraban: propias (el emisor señala que otros o él mismo están acelerando sus notas de voz), ajenas (se aceleran las notas de voz de otras personas o no indica (el emisor no refiere qué tipo de notas de voz acelera).

- Carácter del tweet: En esta categoría, se codificaron como personales aquellos tweets en los que el emisor aludía a una experiencia personal con la actualización y como generales, los contrarios.

- Personalización: Dentro de esta categoría se codificaron aquellos tweets que hacían referencia concreta a un tipo de persona cuyas notas de voz se aceleraban (madres, amigos, jefes, etc.)

Así mismo, se tomó también como una categoría el número de likes que cada tweet había obtenido siendo dicha categoría denominada popularidad.

Tras la codificación de los datos se realizaron distintos análisis tanto cuantitativos como cualitativos. En primer lugar, se realizó un análisis estadístico mediante el programa SPSS que permitió una mejor caracterización de los datos y una aproximación cuantitativa a las preguntas de investigación. Después, se realizó un análisis documental mediante el software Sketchengine, que permitió descubrir las frecuencias de las palabras más usadas en cada categoría, así como la obtención de otros datos cualitativos muy interesantes. Este análisis se complementó también con la realización de diversas nubes de palabras (www.nubedepalabras.es), que permitió descubrir nuevos matices a los datos señalados anteriormente. Por último, se realizó un análisis de sentimiento con la herramienta Monkeylearn Studio para terminar de responder a las preguntas de investigación desde un enfoque holístico.

Una vez concluido esta fase analítico-descriptiva de los datos, se pasó a realizar la última parte de la investigación: la interpretación de los mismos.

RESULTADOS

Caracterización cuantitativa de los resultados

En primer lugar, se realizó una aproximación cuantitativa a los datos para su caracterización general. En rasgos generales, los tweets muestran una actitud positiva ante la aceleración de notas de voz, siendo más frecuentes los tweets que versan sobre la aceleración de las notas de voz de otros frente a las propias.

En primer lugar, el análisis de las frecuencias puso de manifiesto que más de la mitad de los tweets (54,4%) manifestaban una actitud positiva ante la aceleración frente al 13,3% que emanaban una actitud negativa ante la misma. En segundo lugar, cuando los usuarios de Twitter señalaban que esta nueva funcionalidad de la aplicación resultaba beneficiosa existía mucha diferencia entre el número de tweets que aludían a un beneficio para el emisor (51,9%) y los que hablaban de que la aceleración representaba un beneficio para otros, pero no para ellos (3%). De forma

similar, eran también notables las diferencias con respecto al tipo de nota voz acelerada. Así eran más frecuentes los tweets que versaban sobre la aceleración de las notas de voz de otras personas (25,1%) respecto de los que hablaban de la aceleración de las notas del emisor (13,3%). Por último, más de dos tercios de los tweets (70,8%) hacían referencia a una experiencia personal del emisor con la nueva funcionalidad de la aplicación.

Tabla 1. Caracterización de las categorías

Código	Categoría	f	%
Actitud ante la aceleración	No expresa	203	32,20%
	Positiva	343	54,40%
	Negativa	84	13,30%
Beneficiario de la aceleración	No expresa	284	45,10%
	Emisor	327	51,90%
	Receptor	19	3,00%
Notas de voz aceleradas	No expresa	386	61,30%
	Las de otros	158	25,10%
	Las del emisor	84	13,20%
Carácter del tweet	Ambas	2	3,00%
	General	184	29,20%
	Personal	446	70,80%

Caracterización cualitativa de los resultados

La aproximación cuantitativa a los datos dejaba muchos aspectos sin resolver por lo que se realizaron distintos análisis cualitativos de los mismos. En primer lugar, se analizaron las cincuenta palabras de mayor frecuencia en todos los tweets descargados. Los resultados muestran que entre las cincuenta palabras arrojadas en esta búsqueda ninguna es de valor negativo y se encuentran palabras que expresan alta positividad como mejor, risa, vida y gracias; por lo que puede afirmarse que en general los tweets muestran una actitud positiva ante la actualización. Así mismo, se analizan las cincuenta palabras de mayor frecuencia de los mensajes clasificados como positivos obteniéndose entre las palabras de mayor frecuencia las siguientes de signo positivo: mejor, risa, gracias, vida, amo y bien. El mismo análisis llevado a cabo con los mensajes codificados como negativos no arrojó dentro de las primeras 50 palabras ninguna positiva, pero si una palabra claramente negativa: mierda.

Tabla 2. Palabras de mayor frecuencia

Por último, se procedió a realizar un análisis de sentimiento que mostró que un sentimiento positivo cuando la nota de voz acelerada era de otra persona y negativo en caso de que otros aceleraran la nota de voz del emisor.

Tabla 3. Análisis de sentimiento

Categoría	Tipo de sentimiento	Nivel de confianza
Las notas de voz aceleradas pertenecen a otras personas	Positivo	93,4%
Otras personas aceleran mis notas de voz	Negativo	52,7%

Nota: El nivel de significación es ,05

DISCUSIÓN/CONCLUSIONES

Transformación del diálogo en la era digital

El diálogo, esencial para la construcción de la identidad personal, se ve afectado por la aceleración comunicativa promovida por tecnologías como WhatsApp. La escucha activa, componente clave del diálogo, está en riesgo de ser sustituida por una comunicación más rápida pero menos profunda.

Impacto de la función de acelerar audios en WhatsApp

La actualización que permite acelerar notas de voz ha generado reacciones mayoritariamente positivas entre los usuarios, aunque también revela tensiones en la forma en que se percibe la escucha digital.

Reacciones diferenciadas según el rol del emisor

Los usuarios muestran sentimientos positivos cuando aceleran audios de otras personas (93,4%).

En cambio, cuando otros aceleran sus propios audios, el sentimiento es negativo (52,7%).

Predominio de experiencias personales

El 70,8% de los tweets analizados hacen referencia a experiencias personales, lo que indica que esta funcionalidad impacta directamente en la vida cotidiana de los usuarios.

Preferencia por acelerar audios ajenos

Es más común que los usuarios aceleren audios de otras personas (25,1%) que los propios (13,2%), lo que sugiere una tendencia a priorizar la eficiencia sobre la atención plena.

Actitud general positiva ante la actualización

Más de la mitad de los tweets (54,4%) expresan una actitud positiva, frente a un 13,3% que manifiestan rechazo. Las palabras más frecuentes en los tweets positivos incluyen “mejor”, “risa”, “vida”, “gracias”, “amo” y “bien”.

Personalización de la aceleración

Algunos tweets hacen referencia específica a personas cuyas notas de voz se aceleran, destacando figuras como “mamá” y “amigos”, lo que revela patrones sociales en el uso de esta función.

Riesgos para la construcción de la identidad

La aceleración de la comunicación puede afectar negativamente los procesos intra e interpersonales, especialmente en jóvenes, al reducir el tiempo dedicado a la escucha reflexiva y al diálogo profundo.

REFERENCIAS

Aharony, N. y Zion, A. (2019). Effects of WhatsApp's use on working memory performance among youth. *Journal of Educational Computing Research*, 57(1), 226–245. <https://doi.org/10.1177/0735633117749431>

Andreu-Abela, J., García-Nieto, A., y Pérez, A.M. (2007). *Evolución de la teoría fundamentada como técnica de análisis cualitativo*. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Andújar-Vaca, A., y Cruz-Martínez, M.-S. (2017). Mobile instant messaging: WhatsApp and its potential to develop oral skills. *Comunicar*, 25(50), 43–52. <https://doi.org/10.3916/C50-2017-04>

Arbeláez, M. y Onrubia, J. (2014). Análisis bibliométrico y de contenido: Dos metodologías complementarias para el análisis de la revista colombiana Educación y Cultura. *Revista de Investigaciones UCM*, 14(23), 14–31.

Baeza, J. (2021). La idea de Universidad en el papa Francisco. *Veritas*, 48(48), 225–249. <https://doi.org/10.4067/S0718-92732021000100225>

Bellamy, F.X. (2014). *Les déshérités ou l'urgence de transmettre*. Plon.

Costa-Sánchez, C. y Guerrero-Pico, M. (2020). What is WhatsApp for? Developing transmedia skills and informal learning strategies through the use of WhatsApp: A case study with teenagers from Spain. *Social Media + Society*, 6(3), 205630512094288. <https://doi.org/10.1177/2056305120942886>

Crawford, K. (2009). Following you: Disciplines of listening in social media. *Continuum*, 23(4), 525–535. <https://doi.org/10.1080/10304310903003270>

Dahdal, S. (2020). Using the WhatsApp social media application for active learning. *Journal of Educational Technology Systems*, 49(2), 239–249. <https://doi.org/10.1177/0047239520928307>

Fernández, R. (2021). Ranking de aplicaciones de mensajería según usuarios activos mensuales mundiales 2021. *Statista*. <https://es.statista.com/estadisticas/599043/aplicaciones-de-mensajeria-mas-populares-a-nivel-mundial-de/>

Glaser, B. (1992). *Basics of grounded theory analysis: Emergence versus forcing*. Sociology Press.

Glaser, B. y Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine.

Kashy-Rosenbaum, G. y Aizenkot, D. (2020). Exposure to cyberbullying in WhatsApp classmates' groups and classroom climate as predictors of students' sense of belonging: A multi-level analysis of elementary, middle and high schools. *Children and Youth Services Review*, 108, 104614. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2019.104614>

Knox, J. (2019). What does the 'postdigital' mean for education? Three critical perspectives on the digital, with implications for educational research and practice. *Postdigital Science and Education*, 1(2), 357–370. <https://doi.org/10.1007/s42438-019-00045-y>

López-Quintás, A. (2009). *Descubrir la grandeza de la vida: Una vía de ascenso a la madurez personal* (1ª ed.). Desclée De Brouwer.

Matassi, M., Boczkowski, P.J., y Mitchelstein, E. (2019). Domesticating WhatsApp: Family, friends, work, and study in everyday communication. *New Media y Society*, 21(10), 2183–2200. <https://doi.org/10.1177/1461444819841890>

Nichols, M. y Starus, M. (2021). *The lost art of listening: How learning to listen can improve relationships*. The Guilford Press.

Planes, C. (2021, 30 de mayo). ¿Cómo escuchar audios de WhatsApp al doble de velocidad? *El Periódico*. <https://www.elperiodico.com/es/tecnologia/20210530/escuchar-audios-whatsapp-doble-velocidad-11749406>

Stewart, M.C. y Arnold, C.L. (2018). Defining social listening: Recognizing an emerging dimension of listening. *International Journal of Listening*, 32(2), 85–100. <https://doi.org/10.1080/10904018.2017.1330656>

Stip, E., Al Mugaddam, F., y Amiri, L. (2021). Facing confinement: The comfort of WhatsApp groups in mental health communities. *The Canadian Journal of Psychiatry*, 66(1), 63–64. <https://doi.org/10.1177/0706743720949341>

Sultan, A.J. (2014). Addiction to mobile text messaging applications is nothing to “lol” about. *The Social Science Journal*, 51(1), 57–69. <https://doi.org/10.1016/j.soscij.2013.09.003>

Taylor, C. (2018). *La ética de la autenticidad*. Paidós Ibérica.

Trinidad, A., Carrero, V., y Soriano, R.M. (2006). *Teoría fundamentada “Grounded Theory”: La construcción de la teoría a través del análisis interpretacional*. Centro de Investigaciones Sociológicas.

Tsikata, P.Y. (2015). The subaltern speaks back into the image factory: Justine Sacco's AIDS tweet cross-pollinates social and mass media. *Communicatio*, 41(1), 90–107. <https://doi.org/10.1080/02500167.2015.1020505>

Van Dijk, T. (2008). *Discurso y contexto: Un enfoque sociocognitivo*. Gedisa.

Walker, D. y Myrick, F. (2006). Grounded theory: An exploration of process and procedure. *Qualitative Health Research*, 16(4), 547-559.
<https://doi.org/10.1177/1049732305285972>

