

Artículo de Investigación

Traductores e intérpretes en formación: uso de los medios sociales en las aulas universitarias españolas

Trainee translators and interpreters: the use of social media in Spanish university classrooms

Carmen M.^a Cedillo Corrochano: Universidad Internacional de Valencia, España.

carmenmaria.cedillo1@professor.universidadviu.com

Fecha de Recepción: 18/04/2024

Fecha de Aceptación: 10/07/2024

Fecha de Publicación: 18/07/2024

Cómo citar el artículo (APA 7^a):

Cedillo Corrochano, C. M.^a (2024). Traductores e intérpretes en formación: uso de los medios sociales en las aulas universitarias españolas [Trainee translators and interpreters: use of social media in Spanish university classrooms]. *European Public & Social Innovation Review*, 9, 1-20. <https://doi.org/10.31637/epsir-2024-373>

Resumen:

Introducción: Este estudio analiza los conocimientos de traductores e intérpretes en formación sobre los medios sociales, su uso de estos canales y su opinión crítica. Se basa en un cuestionario respondido por 113 estudiantes de Traducción e Interpretación de 8 universidades españolas. **Metodología:** Se realizó un análisis de las respuestas del cuestionario para evaluar la formación y uso de medios sociales por parte de los estudiantes y docentes. **Resultados:** La mayoría de los estudiantes no ha recibido formación específica sobre medios sociales, aunque les habría gustado. Además, el profesorado solo usa estos medios de manera puntual en clase. **Discusión:** Los estudiantes critican el mal aprovechamiento de los medios sociales por parte de sus docentes, a pesar de reconocer su importancia para la traducción e interpretación. **Conclusiones:** Se insta a los formadores a dar mayor protagonismo a los medios sociales en la enseñanza, preparándolos mejor para los mercados laborales actuales.

Palabras clave: actividad traslativa e interpretativa; docente de Traducción e Interpretación; estudiante de Traducción e Interpretación; formación; grado en Traducción e Interpretación; medio social; mercado laboral; universidad española.

Abstract:

Introduction: This study examines the knowledge of trainee translators and interpreters about social media, their usage of these channels, and their critical opinions. It is based on a survey completed by 113 Translation and Interpreting students from 8 Spanish universities.

Methodology: An analysis of the survey responses was conducted to assess students' and teachers' use and training regarding social media. **Results:** Most students have not received specific training on social media, although they would have liked to. Additionally, teachers only occasionally use these media in class. **Discussion:** Students criticize the underutilization of social media by their teachers, despite recognizing their importance for translation and interpreting activities. **Conclusions:** The study urges educators to give more prominence to social media in their teaching, better preparing students for current job markets.

Keywords: degree in translation and interpreting; labour market; social media; Spanish university; training; translating and interpreting activity; translation and interpreting lecturer; translation and interpreting student.

1. Introducción

Antecedentes bibliográficos han revelado la necesidad (in)formativa sobre los medios sociales que tienen, a nivel de grado, los formadores de traductores e intérpretes en España a pesar de impartir docencia en un campo de estudios significativamente influido por las nuevas tecnologías (Cedillo, 2024), en el que los medios sociales pueden resultar “aliados estratégicos” para el proceso formativo (Limas-Suárez y Vargas, Soracá, 2022, p. 213) y abrir nuevos accesos al saber de la educación superior (Martínez-Garcés y Garcés Fuenmayor, 2020). Sin embargo, no hay ninguna investigación hasta la fecha que haya puesto a los estudiantes de Traducción e Interpretación bajo el punto de mira y arroje datos contrastados del uso que se hace de los medios sociales en las aulas universitarias españolas.

Por ello, el presente trabajo tiene el objetivo principal de explorar los conocimientos de los traductores e intérpretes en formación sobre los medios sociales; la utilización que hacen de estos nuevos canales comunicativos, tanto en su vida personal como en su vida académica; y, por último, la opinión crítica que procesan sobre estos.

A este fin, en las próximas líneas se facilitará una contextualización teórica acerca de los conceptos básicos en torno a los medios sociales y sus aplicaciones en las aulas universitarias, así como sobre el manejo de los medios sociales por parte de los estudiantes universitarios, con especial mención a los del grado en Traducción e Interpretación.

1.1. Medios sociales: conceptos básicos y aplicaciones en las aulas universitarias

Los medios sociales se han convertido en una parte integral de la vida moderna, impactando diversas áreas, incluida la educación superior. Estos se refieren a plataformas digitales que permiten a los usuarios crear, compartir e interactuar con contenido en línea. Estas plataformas incluyen redes sociales –como Facebook, Twitter e Instagram–, comunidades de contenido –como YouTube–, aplicaciones de mensajería instantánea –como WhatsApp– (Kaplan y Haenlein, 2010), blogs y microblogs –como Blogger o WordPress–, wikis –como Wikipedia–, marcadores sociales –como Reddit–, foros de discusión –como Yahoo Groups– y eventos sociales –como Meetup– (Gallardo, 2020; Gorrochategui, 2012).

Los medios sociales se caracterizan por su capacidad para facilitar la comunicación bidireccional y el contenido generado por los usuarios, lo que los diferencia de los medios tradicionales (Mangold y Faulds, 2009).

La incorporación de los medios sociales en las aulas universitarias ha demostrado tener un impacto significativo en el proceso de enseñanza-aprendizaje. Según Tess (2013), los medios sociales pueden mejorar la participación de los estudiantes, fomentar la colaboración y proporcionar un entorno más interactivo para el aprendizaje. Además, los medios sociales permiten a los estudiantes acceder a una amplia gama de recursos educativos y conectarse con expertos y colegas a nivel global (Junco, 2012).

Ahora bien, aunque los medios sociales ofrecen numerosas ventajas, su uso en el aula también presenta desafíos. Según un estudio de Selwyn (2009), uno de los principales obstáculos es la gestión del tiempo y la distracción. Los estudiantes pueden verse tentados a usar las plataformas para actividades no relacionadas con el aprendizaje, lo que puede afectar su concentración y rendimiento académico. Además, la privacidad y la seguridad de los datos son preocupaciones importantes al integrar los medios sociales en la educación (Ahn, 2011).

En resumen, los medios sociales tienen el potencial de transformar el entorno educativo universitario, ofreciendo oportunidades para mejorar la participación y la colaboración entre estudiantes y profesores. Sin embargo, es fundamental abordar los desafíos asociados con su uso para maximizar sus beneficios y garantizar un entorno de aprendizaje seguro y efectivo.

1.1.1. Manejo de los medios sociales entre los estudiantes universitarios

Como señalaban Catalina-García et al. hace casi una década, se ha hecho evidente en los últimos tiempos el creciente acceso a los medios de comunicación en línea y el fuerte impacto de los medios sociales (Catalina-García *et al.*, 2015). De hecho, según los nombrados autores, los medios sociales se han convertido en una fuente popular de acceso a la información hasta tal punto que ya en 2015 Wikipedia obtenía un 98,6 % de uso, Facebook un 95,7 %, los blogs un 32 % y Twitter un 25 %, lo que desvelaba entonces que los jóvenes empleaban los medios sociales para mantenerse en contacto con otros, obtener actualizaciones, noticias, otras opiniones, entretenerse, etc.

Con el paso de los años las cifras han variado y también la popularidad de algunos de los medios sociales anteriormente citados e incluso sus nombres —como es el caso de Twitter—, pero la tendencia sobre el consumo de los mismos sigue al alza y ha desencadenado la realización de estudios sobre el uso adictivo o problemático de estas nuevas herramientas de comunicación entre los estudiantes universitarios (Marín-Díaz et al. 2015; Marín-Díaz *et al.* 2019; Martínez-Líbano *et al.* 2022).

Según Hernández y Castro (2014) y Flores *et al.* (2017), los medios sociales inciden más que nunca en la educación de las nuevas generaciones porque moldean gustos, influyen en la manera en la que el individuo se relaciona, acercan el aprendizaje informal y el formal y, en definitiva, enfatizan la inteligencia colectiva estableciendo nuevas estructuras de participación. Así, los medios sociales son ahora herramientas indispensables en la vida de estudiantes universitarios y de las personas en general, debido a que permiten superar las barreras geográficas que obstaculizan la comunicación y la colaboración (Ureña y Serna, 2018). Por todo ello, puede afirmarse que en la actualidad el alumnado universitario es usuario destacado de estas herramientas (Fernández *et al.*, 2020) y esto ha sido un tema de interés creciente en la investigación educativa.

Dicho interés también se ha dirigido, en particular, hacia el uso que hacen de los medios sociales los estudiantes de Traducción e Interpretación. A este respecto, es destacable el estudio de Davies (2017), que analizó cómo los estudiantes de Traducción e Interpretación

utilizan las TIC y los medios sociales para realizar investigaciones y mejorar sus competencias. Este trabajo puso de manifiesto la importancia de desarrollar competencias digitales específicas para maximizar el beneficio de estas tecnologías, como la capacidad de evaluar la calidad y fiabilidad de la información en línea.

En esta misma línea, se ha de mencionar asimismo el estudio de Díaz-Fouces (2018) sobre el uso de las tecnologías digitales en la formación de traductores e intérpretes. Este mostró que el uso de herramientas digitales y medios sociales es crucial no solo en el ámbito académico, sino también en el profesional, ya que las tecnologías de traducción y las plataformas digitales se están convirtiendo en estándares en la industria.

Por último, cabe resaltar la investigación de Marzo y Pedraja (2020) sobre el impacto de los medios sociales en la formación de estudiantes de Traducción e Interpretación. Esta delató que las redes sociales no solo sirven para la interacción social, sino que también se utilizan para compartir recursos educativos, participar en comunidades profesionales y mantenerse actualizados con las tendencias del sector. Además, destacó la importancia particular de plataformas como Facebook y LinkedIn, consideradas fundamentales para conectar a los estudiantes con profesionales y oportunidades laborales.

Todas las publicaciones mencionadas demuestran la importancia de los medios sociales en la formación y desarrollo profesional de los estudiantes de Traducción e Interpretación en España, recalcando tanto las oportunidades como los desafíos que ofrecen. En las próximas páginas se podrá descubrir si esta importancia se traslada a las aulas universitarias españolas donde se forman traductores e intérpretes.

2. Metodología

García-Alcaraz *et al.* (2006) consideran la recopilación informativa una parte crucial en toda investigación; puesto que, a mayor claridad, mayor facilidad en el desarrollo del estudio. Entre los retos metodológicos a los que se enfrentan los investigadores, los mencionados autores aluden a la creación de instrumentos para la recogida de datos y apuntan a los cuestionarios como “documentos que recogen de forma organizada los indicadores de las variables implicadas en el objetivo de la encuesta” (p. 233). En sintonía con dicha afirmación, Amérigo (1993) indicaba hace ya varias décadas que el cuestionario puede considerarse una etapa dentro de la llamada técnica de encuesta, que es una de las técnicas existentes para el análisis de la realidad social.

Así, siguiendo los criterios clasificatorios de López-Romo (1998) sobre el enfoque metodológico de las encuestas, es posible aseverar que para el presente trabajo se ha utilizado una encuesta exploratoria con el fin de realizar un primer acercamiento al objeto de estudio y conocer las opiniones y valoraciones que poseen los encuestados sobre el asunto por el que se les pregunta (Hernández-Rodríguez *et al.*, 2021), concretamente, el uso de los medios sociales en las aulas españolas de Traducción e Interpretación. Y para este fin, se ha recurrido al diseño de un cuestionario, instrumento útil y eficaz para recoger información en un tiempo relativamente breve (Osorio, 1998).

2.1. El cuestionario

Dado que, como ya se ha anunciado, este trabajo parte de uno previo (Cedillo, 2024) con el propósito de recabar datos sobre el uso de los medios sociales en las aulas universitarias españolas de Traducción e Interpretación – primero bajo la percepción del profesorado y después bajo la percepción del alumnado –, el cuestionario se confeccionó siguiendo la

estructura de su antecesor y la esencia de sus preguntas. De lo contrario, la comparación de datos hubiera sido insuficientemente rigurosa y el contraste entre ellos irrealizable.

Así pues, el cuestionario del presente estudio se dividió en 6 secciones. La primera de ellas destinada a explicar el objetivo principal del trabajo y los destinatarios meta. La segunda de ellas destinada a extraer información de carácter personal sobre los participantes: sexo, edad, universidad de procedencia, curso, etc. La tercera de ellas destinada a evaluar los conocimientos de los estudiantes de Traducción e Interpretación sobre los medios sociales: conceptos clave, formación recibida, etc. La cuarta de ellas destinada a medir el uso de los medios sociales en la vida personal de los estudiantes: propósitos de su uso en el día a día, aprovechamiento de los mismos en el marco privado, etc. La quinta de ellas destinada a medir el uso de los medios sociales en la vida académica por parte de su profesorado, planteando las mismas preguntas; pero en un contexto distinto: propósitos de su uso en clase, aprovechamiento de los mismos en las tareas y en la formación ofrecida, etc. Y la quinta y última de ellas destinada a reflexionar críticamente sobre el uso de los medios sociales: formación de los estudiantes en las aulas universitarias a este respecto, utilidad de los medios sociales para los traductores e intérpretes, valoración de la aplicación por parte del profesorado de estas herramientas en las aulas, etc.

Como puede intuirse de los ejemplos facilitados en el párrafo anterior sobre el tipo de información recopilada, el cuestionario diseñado aunó preguntas cerradas, abiertas y de elección múltiple, hasta alcanzar la cifra de 45. Se añadieron dos preguntas nuevas, que no figuraron en el cuestionario anterior dirigido al profesorado, porque se vio conveniente extraer información de tipo más cualitativo, que ayudara a entender algunos de los datos que se habían revelado teniendo a los docentes bajo el punto de mira.

Dicho cuestionario se confeccionó, de nuevo, a través de Google Forms (véase “Anexo”) por ser una herramienta con múltiples ventajas y, entre ellas, la facilidad en la creación y divulgación y la adaptabilidad a distintos formatos de visualización (Pérez, 2020). Este se envió en línea a través de anuncios en los campus virtuales de distintas universidades en las que se imparte el grado y a través de correos electrónicos académicos de los alumnos. También se pidió la colaboración de los docentes de Traducción e Interpretación para difundirlo entre sus estudiantes y se creó incluso un QR para proyectarlo en las pizarras digitales de las aulas. Asimismo, se publicó en LinkedIn y en varias comunidades de traductores e intérpretes, que hay habilitadas en Facebook.

El cuestionario estuvo abierto durante más de 3 meses para favorecer una alta participación y se lanzaron recordatorios y peticiones de cumplimentación/difusión a lo largo de los mismos. Se tuvieron en cuenta, por tanto, algunas de las recomendaciones que hacen Sánchez-Fernández et al. (2009) para mejorar la tasa de respuestas en cuestionarios web como la personalización de las invitaciones para captar la atención de los individuos y llevarlos hasta el final del cuestionario o la periodicidad en el recuerdo. Sin embargo, si bien las respuestas recibidas fueron numerosas al principio de las semanas, después se observó un interés menor y homogéneo, quizá centrado en aquellas universidades en las que el profesorado promovía en mayor medida las aportaciones de sus alumnos.

2.2. Los participantes en el cuestionario

El cuestionario fue cumplimentado inicialmente por 133 participantes. Sin embargo, se invalidaron 18 respuestas tras descubrir que sus autores ya habían finalizado los estudios de Traducción e Interpretación y, por tanto, habían dejado de ser estudiantes del grado. Asimismo, se desestimaron otras 2 respuestas más por proceder de estudiantes de

universidades extranjeras.

Ya en la propia descripción del cuestionario se habían indicado estos requisitos y se había igualmente trasladado a los mensajes de difusión del cuestionario, por lo que se contemplaron finalmente para la muestra solo aquellas respuestas de las que se pudiera obtener una panorámica de la situación presente de las aulas universitarias españolas de Traducción e Interpretación.

Además, el primer bloque del cuestionario, dedicado al perfil de los participantes, permitió mediante las preguntas 3 y la 5—sobre los estudios actuales en Traducción e Interpretación y el curso principal en el que se realizan— y la 4 —sobre la universidad española a la que se pertenece— facilitar el cribado de las respuestas y velar por las exigencias señaladas para los destinatarios del cuestionario.

Gracias a todo ello, la muestra definitiva se basa en 113 respuestas, procedentes de participantes que han podido rellenar el cuestionario una única vez, tal y como así lo ha permitido su configuración, bajo el propósito de extraer resultados inequívocos y fehacientes.

3. Resultados

Como se ha señalado en el párrafo previo, los resultados se han fundamentado en las respuestas de un total de 113 participantes, cifra que permite hacer comparaciones intragrupalas por tratarse de un número representativo. No obstante, se reconoce como limitación del estudio el hecho de contar con datos homogéneos y recabados de 8 universidades españolas —habida cuenta de que las respuestas del trabajo anterior fueron menos numerosas, 50, pero más heterogéneas al proceder de 18 universidades distintas—. Se hubiera deseado, por tanto, contar con la participación de estudiantes de todas las universidades en las que se imparte Traducción e Interpretación y se espera poder seguir ampliando la muestra en futuras investigaciones.

Pese a esta cuestión y como se indicó en el apartado metodológico, se ha abogado por añadir a este cuestionario dos nuevas preguntas abiertas, que fomentaran la extracción de datos más cualitativos y permitieran a los participantes expresarse con total libertad. Esto ha surtido efecto y, pese a no ser preguntas obligatorias, se ha conseguido un índice de respuestas lo suficientemente interesante para poder debatir en las próximas líneas. Por ello, los resultados presentados a continuación son de tipo cuanti-cualitativo, aunque se pretende en trabajos futuros igualmente triangular datos mediante otras fuentes como la entrevista o los grupos de discusión y seguir evaluando en profundidad el uso de los medios sociales en las aulas universitarias españolas de Traducción e Interpretación.

Una vez anunciado el tipo de análisis que se ha realizado a los datos, se presenta a continuación el contenido recabado, respetando las secciones de las que está conformado el cuestionario.

3.1. Perfil de los participantes

El primer bloque del cuestionario es esencial porque revela información sobre las características de sus participantes, lo que puede ayudar a entender algunas de sus respuestas. En este trabajo, en particular, resulta importante conocer la edad de los encuestados porque el uso y el conocimiento de los medios sociales puede ir condicionado de alguna manera a ella. Gracias a una de las preguntas de esta sección, referida a este aspecto, se ha podido saber que los traductores e intérpretes en formación que han participado en el presente estudio tienen

edades comprendidas entre los 18 y los 59 años, siendo los 22 la edad con mayor representación entre ellos. Este amplio abanico permite contar con una muestra procedente de distintas generaciones y, por tanto, plural.

Además, se ha podido conocer que el 82,3 % de las participantes son mujeres, frente al 15,9 % que son hombres y al 1,8 % que ha preferido no indicarlo. El 100 % ha declarado estar estudiando en la actualidad Traducción e Interpretación en una universidad española, entre las que se incluyen la Universidad Pontificia de Comillas, la Universidad Internacional de Valencia, la Universidad de las Palmas de Gran Canaria, la Universidad Pablo de Olavide, la Universidad de Alcalá, la Universidad de Valladolid, la Universidad Internacional de La Rioja o la Universidad Alfonso X el Sabio. Esto hace que la muestra proceda de 8 universidades distintas, siendo la Universidad Internacional de Valencia y la Universidad de las Palmas de Gran Canaria las que han concentrado el número más alto de participantes. Un aspecto destacable es que de las universidades privadas a distancia como la Internacional de Valencia o la de La Rioja proceden las respuestas de participantes de mayor edad, quizá por la flexibilidad que ofrece este tipo de formación en línea a la hora de compaginar los estudios con el trabajo o a la hora de plantearse estudiar una segunda carrera.

Por último, el 58,4 % de los alumnos han manifestado que cuarto es el curso en el que tienen mayor carga en la actualidad, el 24,8 % que es tercero, el 8,8 % primero y el 8 % segundo. Estas cifras coinciden con el rango de edad de mayor representación, 22 años, y permiten obtener opiniones variadas de personas que acaban de iniciar su formación y personas que la están concluyendo. Torna muy útil saber que el grueso de los participantes podrá dar una visión fundamentada del uso que se ha hecho de los medios sociales en las aulas a lo largo de toda la carrera y tendrá, por ende, un criterio más amplio respecto al aprovechamiento de estas herramientas en sus clases; dado que han tenido la posibilidad de asistir a más y de conocer a más número de profesores del grado.

3.2. Conocimientos de los participantes sobre los medios sociales

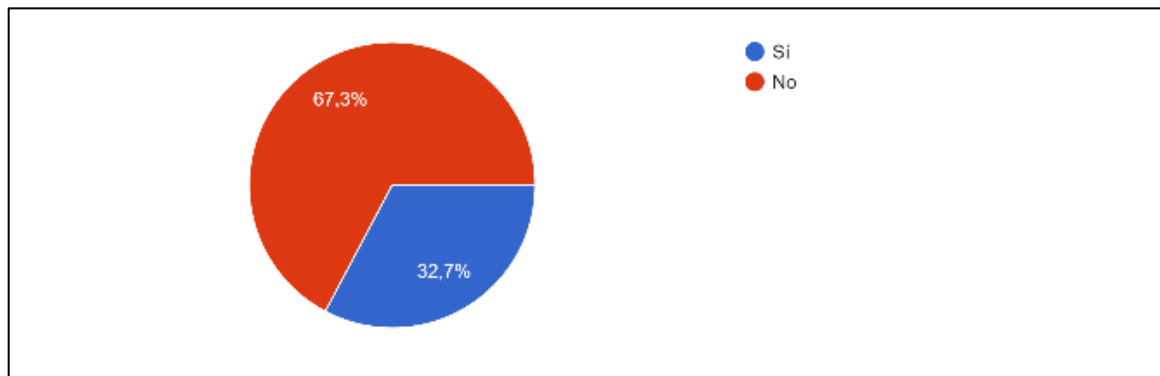
El segundo bloque del cuestionario no solo ayuda a que los propios participantes tomen conciencia de sus conocimientos sobre aspectos clave de los medios sociales, sino que también ayuda a medir si esta autopercepción se corresponde con la realidad. Así, el 91,2 % ha manifestado saber lo que son los medios sociales, mientras que solo el 8 % ha expresado no estar seguro y el 0,9 % no saberlo. Como se puede deducir de estos números, la enorme parte de encuestados sí que se declara conocedor de este concepto, si bien las cifras empiezan a decrecer cuando se les pregunta por los tipos de medios sociales existentes. Ante este interrogante, un 77 % afirma conocer la tipología de medios sociales, un 21,2 % no estar seguro y un 1,8 % no conocerla. Las cifras de conocimiento siguen siendo significativas, aunque aumenta la falta de seguridad sobre este.

Falta de seguridad que se termina de confirmar con preguntas más complejas. De este modo, el 51,3 % revela no creer que los medios sociales y las redes sociales sean lo mismo, el 31,9 % no está seguro de ello y el 16,8 % afirma que lo son. Esta pregunta contrasta con las anteriores porque da cuenta de que la idea de algunos encuestados sobre sus conocimientos no es correcta. Por ello, un 16,8 % se equivoca al pensar que «redes sociales» y «medios sociales» son conceptos sinónimos, pese a haber expuesto que sí sabían lo que son los medios sociales. Esta situación se repite al preguntarles por las diferencias entre «medios sociales» y «medios de comunicación masivos» y observar que el 54 % dice entenderlas, el 31 % no está seguro y el 15 % no comprende las diferencias entre ambos conceptos.

En otro orden de cosas, el 67,3 % desvela que no ha recibido formación sobre los medios sociales durante sus estudios, en contraposición al 32,7 % que sí dice haberla recibido gracias al profesorado (58,5 %), actividades complementarias del grado (24,4 %), estudios previos en otra disciplina (7,3 %), una actividad independiente del grado realizada *motu proprio* (4,9 %) y otra vía (4,9 %, en la que apuntan a todas las anteriores).

Figura 1.

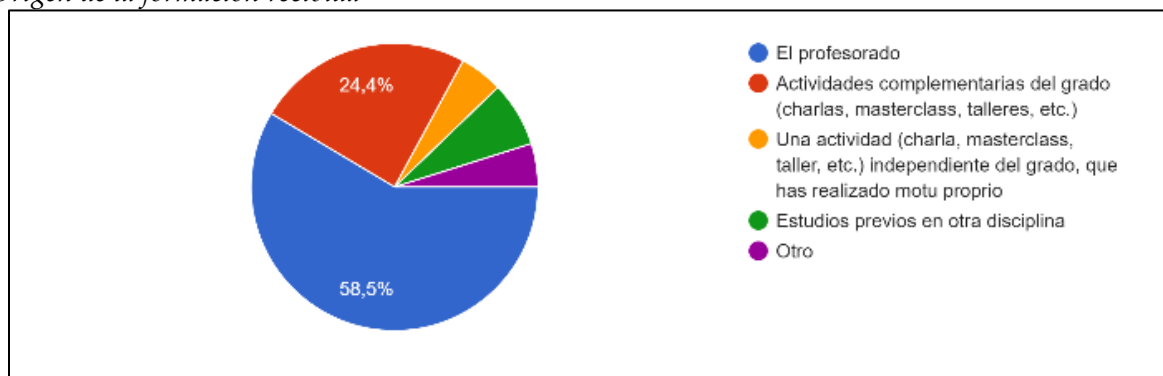
Formación en medios sociales



Fuente: Elaboración propia (2024).

Figura 2.

Origen de la formación recibida



Fuente: Elaboración propia (2024).

De entre quienes no han recibido formación específica sobre los medios sociales, el 88,4 % indica que le gustaría haberlo hecho y el 11,6 % que no le hubiera gustado formarse a este respecto.

En cuanto a los adjetivos que utilizan los estudiantes de Traducción e Interpretación para aludir a la formación en medios sociales sobresalen el de útil, esencial, necesaria, imprescindible, de actualidad, importante u obligatoria, aunque hay algún participante que la ha tachado de innecesaria o de tristemente necesaria. Al tratarse de una respuesta abierta, se pueden extraer otros datos más profundos; dado que varios de los encuestados han añadido comentarios. Se plasman algunos de ellos a continuación de forma literal:

- Es muy útil, son cosas muy recientes y que pueden ayudar en tu futuro trabajo. No solo son medios para entretenerse, hay webs/aplicaciones muy orientadas al trabajo.

- La tecnología e inteligencia artificial entre otras innovaciones están a la orden del día creo que sería conveniente que se nos hubiera dado esta formación.
- Tal vez no fundamental para la carrera, pero de seguro su estudio aportaría a nuestra formación.
- En la sociedad actual cualquier información relativa a los medios sociales es necesaria si no quieres quedarte descolgado.
- Considero útil saber acerca de estos medios sociales, pero no lo considero esencial como para que ocupe una asignatura de universidad.
- En un sector como el de la Traducción, en el que el contacto con colegas y la necesidad de mantenernos actualizados constantemente están a la orden del día, es importante la formación en medios sociales ya no solo para saber cómo y dónde buscar, sino para reconocer la fiabilidad de lo que recibimos y a desarrollar un sentido crítico propio; esto es, a no fiarnos de todo lo que aparece en la red. Esto último lo atribuyo sobre todo a traductores recién egresados, que, por falta de experiencia, suelen recibir demasiada información (así como diversa) y deben saber cómo gestionarla.
- Entiendo que un traductor/intérprete debe saber un poco de todo, y hoy en día es un tema recurrente. Sin embargo, no creo que haga falta tener una formación profunda.
- La formación en medios sociales es esencial en un mundo que cada vez está más digitalizado. Es necesario hacer uso de los medios sociales para captar clientes y realizar ciertos encargos.
- Deberían ser inherentes a nuestros estudios, quizás, eso sí, con un foco específico según cada orientación académica.
- Útil porque creo que, con un buen uso, pueden promocionarte como autónomo o puedes encontrar información de calidad en ocasiones.

Todos estos comentarios dan buena cuenta de la idea que tienen los alumnos del grado en Traducción e Interpretación y, aunque al grueso le hubiera gustado formarse sobre los medios sociales, también se ha podido percibir que hay una ínfima parte de ellos que no lo considera relevante.

3.3. Uso de los medios sociales por parte de los participantes en su vida personal

El tercer bloque del cuestionario muestra el uso que hacen los participantes de los medios sociales en su vida privada, lo que dará al mismo tiempo la posibilidad de establecer una comparativa con el uso en el ámbito académico *a posteriori*. En este sentido, se ha averiguado que el 76,1 % de los traductores e intérpretes en formación usan los medios sociales en su vida personal todos los días, el 15 % lo hace algunos días, el 7,1 % puntualmente y el 1,8 % no lo hace nunca. Los medios sociales que más usan son, por orden de preferencia, las redes sociales – con un claro predominio respecto al resto –, las comunidades de contenido, los blogs, las wikis, los foros de discusión, los mundos virtuales y los marcadores sociales. De toda esta clasificación destacan como ejemplo, en orden descendente, Instagram, YouTube, TikTok, X, Pinterest, Facebook, Skype y otros que los mismos participantes han añadido como WhatsApp, Discord, LinkedIn, Reddit, Twitch o BeReal.

Quienes usan los medios sociales lo hacen, principalmente, para entretenerse, informarse y comunicarse, aunque entre las respuestas dadas han añadido ellos mismos desconectar y buscar empleo.

El 74,3 % opina que usa correctamente los medios sociales en su vida personal, el 20,4 % no está seguro, el 3,5 % cree que hace un uso incorrecto y el 1,8 % restante no aplica, porque ya mencionó que no los usaban. Al hilo de este tema, el 46,9 % proclama saber aprovechar los medios sociales para su vida personal, el 32,7 % no está seguro de ello, el 18,6 % piensa que

no lo sabe aprovechar y, de nuevo, el 1,8 % restante no aplica. En definitiva, se observa una mayor inseguridad en preguntas específicas y complejas.

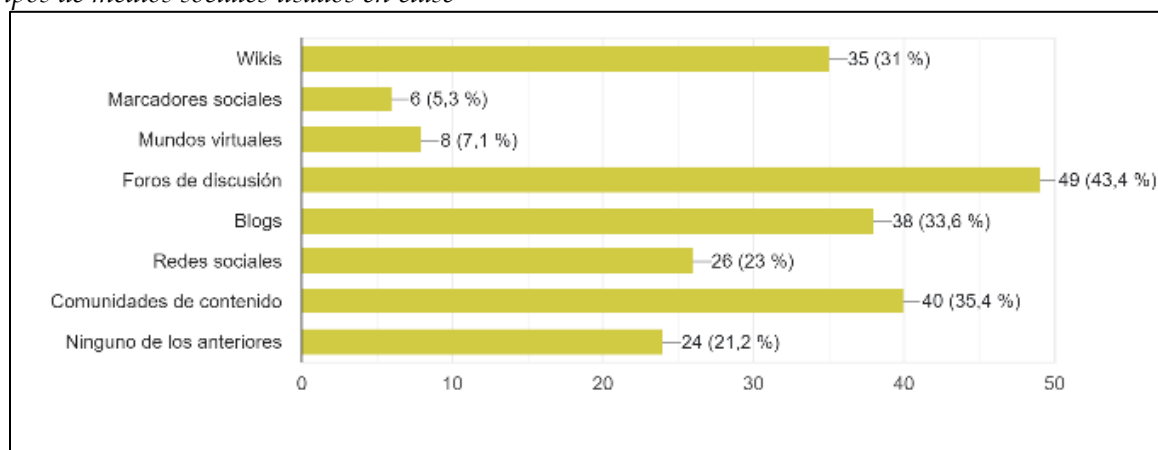
3.4. Uso de los medios sociales por parte de los profesores en sus clases

El cuarto bloque ilustra el uso que hace el profesorado en las aulas de Traducción e Interpretación a través de las vivencias de sus alumnos. Acerca de esto, el 45,1 % de los traductores e intérpretes en formación anuncian que sus docentes usan los medios sociales puntualmente para impartir sus clases, el 28,3 % que lo hace algunos días, el 21,2 % que no lo hace nunca y el 5,3 % que lo hace todos los días. Según se desprende de estos datos, los profesores de Traducción e Interpretación, en la mayoría de los casos, les dan poco uso a los medios a la hora de impartir sus clases.

Asimismo, los estudiantes especifican que los tipos de medios más usados son, de mayor a menor, los foros de discusión, las comunidades de contenido, los blogs, las wikis, las redes sociales y, ya muy por detrás, los mundos virtuales y los marcadores sociales. No obstante, como ellos mismos advierten, hay un alto porcentaje de profesores que no usa ningún tipo.

Figura 3.

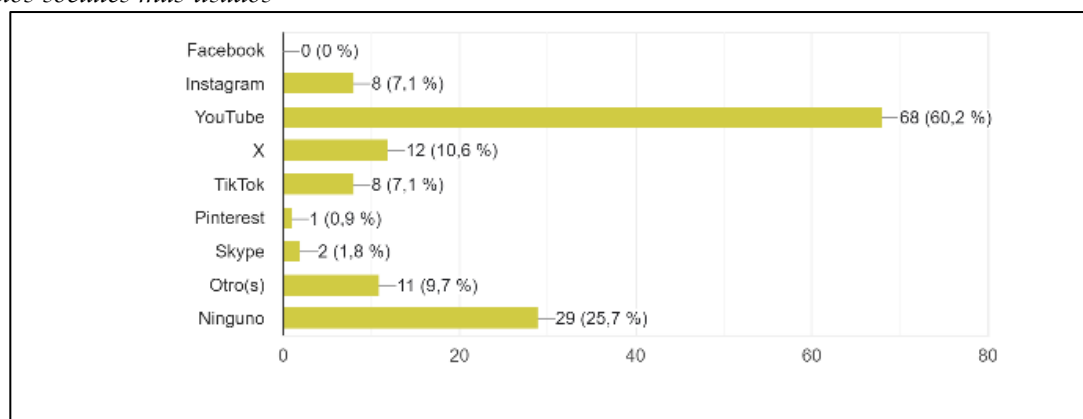
Tipos de medios sociales usados en clase



Fuente: Elaboración propia (2024).

Figura 4.

Medios sociales más usados



Fuente: Elaboración propia (2024).

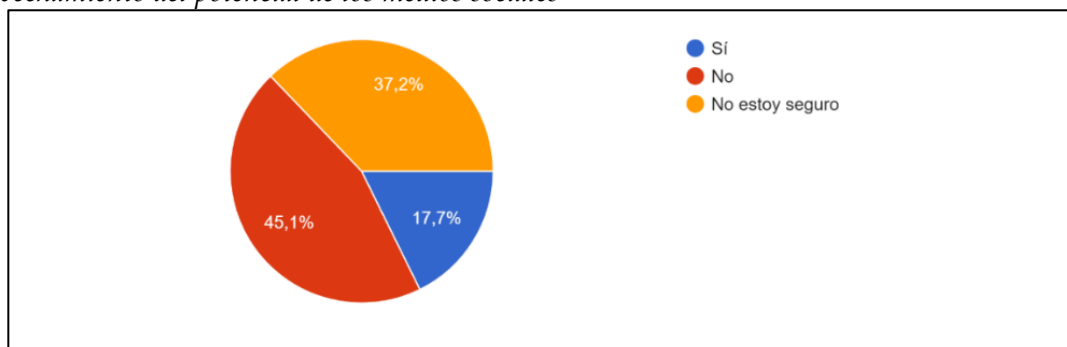
Entre los ejemplos de estos medios más comunes aparece YouTube, con un gran protagonismo respecto al resto, X e Instagram; aunque los participantes añaden otros ejemplos de medios como el aula virtual, Teams, los diccionarios digitales o los periódicos digitales. Esta última información advierte, al igual que sucedió en algunas preguntas expuestas líneas más arriba, de que algunos de los estudiantes no tienen tan claro lo que son los medios sociales como suponen y de ahí la confusión con sus tipologías o ejemplos.

Por otro lado, los estudiantes alegan que sus profesores usan los medios sociales primordialmente para educar e informar, aunque algunos desvelan que también lo hacen para concienciar o proponer actividades y ejercicios de traducción. Curiosamente, en línea con esto, el 37,3 % determina que los docentes usan los medios sociales para preparar encargos de traducción e interpretación y resolver dificultades terminológicas puntualmente, el 33,6 % que no lo hace nunca, el 23 % que lo hacen algunos días y solo el 6,2 % que lo hacen a diario.

Al hilo de lo formulado, el 40,7 % de los estudiantes estima que sus profesores usan correctamente los medios sociales, el 33,6 % no está seguro, el 15 % no aplica al no usarlos y el 10,6 % no lo estima correcto. Consecuentemente, el 45,1 % no piensa que los profesores aprovechen el potencial de los medios sociales para formar a traductores e intérpretes, el 37,2 % no está seguro y solo 17,7 % piensa que sí lo aprovechan convenientemente.

Figura 5.

Aprovechamiento del potencial de los medios sociales



Fuente: Elaboración propia (2024).

Estos datos tan negativos son quizá los que precisan más atención y consideración en este bloque y en las conclusiones de la investigación.

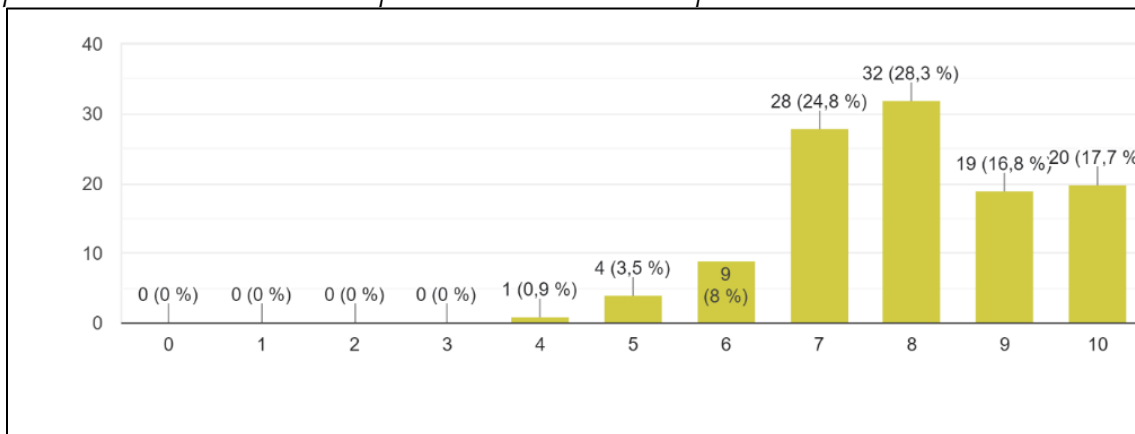
3.5. Opinión crítica sobre los medios sociales y su uso

Este quinto y último bloque es, sin lugar a duda, el más subjetivo de todos porque recoge la reflexión personal de los estudiantes sobre el uso de los medios sociales y sobre la formación recibida en ellos. Consecuentemente, se han realizado varias preguntas abiertas para así obtener una imagen más cualitativa de sus críticas. Así, el 89,4 % de los estudiantes piensan que las universidades deberían formarlos sobre el uso de los medios sociales, un 6,2 % no está seguro y solo el 4,4 % no está de acuerdo con ello. Sin embargo, las cifras cambian levemente cuando se les pregunta si, concretamente, los grados de Traducción e Interpretación deberían formar a los alumnos porque para los traductores e intérpretes los medios sociales son especialmente útiles. Sobre esta cuestión, el 91,2 % cree que así debería ser, el 6,2 % no está seguro y el 2,7 % no lo cree.

En una escala del 1 al 10, el 28,3 % de los encuestados otorga un 8 a la importancia que tienen los medios sociales para los traductores e intérpretes, el 24,8 % un 7, el 17,7 % un 10, el 16,9 % un 9, el 8 % un 6, el 3,5 % un 5 y, por último, el 0,9 % un 4.

Figura 6.

Importancia de los medios sociales para los traductores e intérpretes



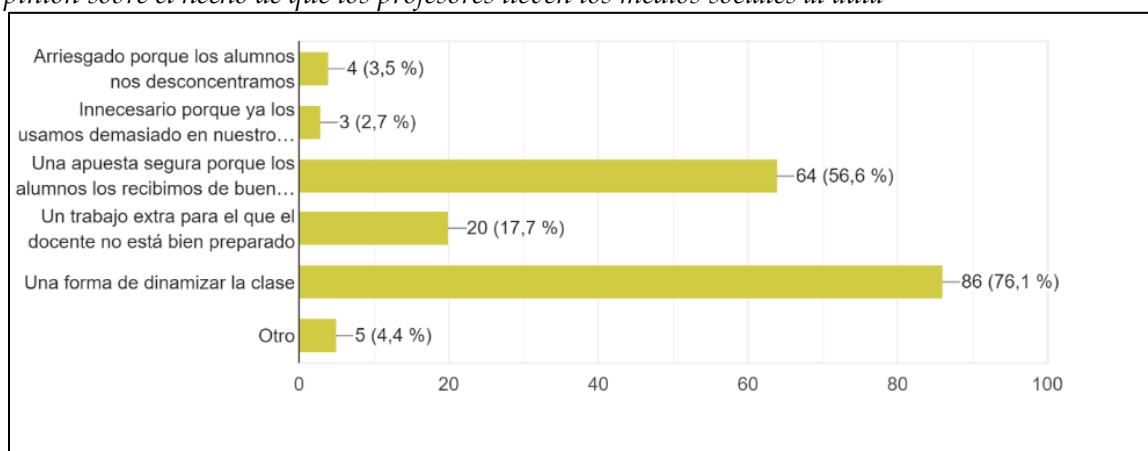
Fuente: Elaboración propia (2024).

Como ha quedado patente, para la gran mayoría de traductores e intérpretes en formación la importancia de los medios sociales es clave.

En consonancia con este hecho, que los profesores en Traducción e Interpretación lleven los medios sociales a sus clases es recibido por la amplia mayoría de los estudiantes como una forma de dinamizarlas y de hacer una apuesta segura; puesto que los alumnos van a recibirlos de buen grado. No obstante, un número alto de los traductores e intérpretes en formación también valora que esto es un trabajo extra para el que los docentes no están bien preparados. Además, algunos alumnos han especificado que este uso en las clases puede prepararles para el mercado laboral y mejorar su desarrollo profesional e, igualmente, captar su atención.

Figura 7.

Opinión sobre el hecho de que los profesores lleven los medios sociales al aula



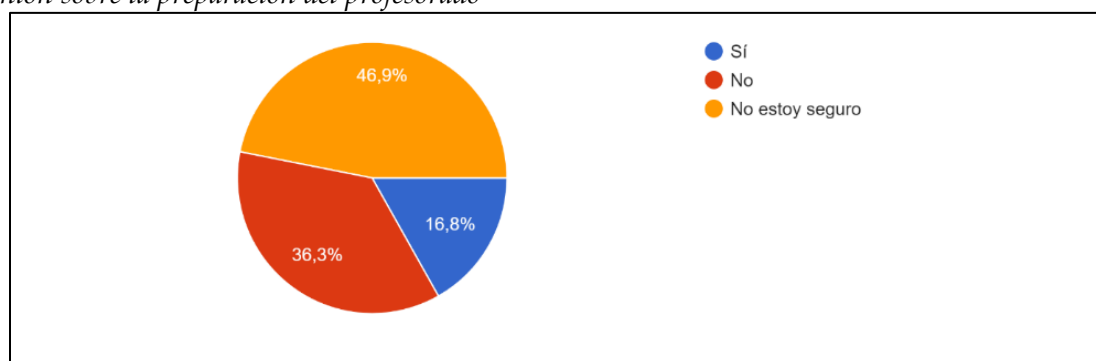
Fuente: Elaboración propia (2024).

Siguiendo con este hilo conductor, el 85 % de los alumnos valora saber usar los medios sociales

para insertarse en el mundo laboral, el 11,5 % no está seguro y el 3,5 % no valora saber hacerlo. Ahora bien, las cifras cambian significativamente cuando se les pregunta si juzgan que el profesorado está lo suficientemente preparado para enseñar a los alumnos a insertarse en los mercados laborales actuales en los que los medios sociales tienen gran protagonismo. El 46,9 % no está seguro de que lo estén, el 36,3 % cree que no lo están y el solo el 16,8 % contesta en afirmativo.

Figura 8.

Opinión sobre la preparación del profesorado



Fuente: Elaboración propia (2024).

Estas cifras son de las más representativas quizá de este bloque porque evidencian un desajuste entre la autopercepción de los alumnos y la que tienen de sus profesores en cuanto a conocimientos sobre los medios sociales se refiere.

Por otro lado, ven a X como el medio más útil para los traductores e intérpretes y detrás de él a YouTube, Instagram y Facebook. Añaden LinkedIn y Proz como medios más útiles. Además, el 36,3% estima que los medios sociales tienen protagonismo suficiente en un grado en el que se da enorme valor a las nuevas tecnologías, el 32,7 % que tienen mucho protagonismo y el 31 % que no tienen protagonismo. Estas cifras son llamativas; puesto que de las respuestas anteriores se podría esperar cifras más descompensadas y, sobre todo, más inclinadas a castigar la falta de uso de los medios sociales por parte de los profesores que ellos mismos han manifestado.

Tras hacer el cuestionario, la mayoría de alumnos declara haber tomado conciencia del uso que podrían hacer los profesores de los medios sociales en las aulas y querrían (in)formarse más sobre ellos. Tan solo un número irrisorio de estudiantes queda indiferente tras el cuestionario.

Quizá por la tasa alta de alumnos receptivos a los medios sociales tras el cuestionario se consigue recoger 36 respuestas a la pregunta «si pudieras dirigirte a tus profesores y hablar con ellos del uso que hacéis de los medios sociales, ¿qué les dirías?». Se trasladan a continuación, de forma textual, algunas de las más descriptivas y esclarecedoras:

- Que se necesita una enseñanza que vaya de la mano con los avances tecnológicos y que nos ayuden a encontrar más fácilmente un empleo.
- Por ejemplo, que te recomendasen seguir ciertas cuentas de Instagram relacionadas con el mundo de la Tel, muchas ofertas de empleo o incluso información de proyectos, becas y cursos están en las redes sociales. También, saber recomendar webs donde enterarse de este tipo de cosas. Hay muchos recursos interesantes para el grado que

están en webs o en las redes sociales.

- Les diría que deberían hacer más hincapié en el uso correcto de herramientas de traducción asistida, darnos información sobre las que más se utilizan, notificarnos sobre el hecho de que necesitaremos dominar más de una dependiendo de lo que nos exija cada empresa, foros, blogs y de más herramientas para contactar con traductores, informarnos sobre el gremio, etc.
- Que sigan trabajando como hasta ahora pero que nos ayuden a comprender cómo enfocan dichos recursos o como contrastan la información. Para mí los profesores de mi universidad están bien formados y eso se nota en las clases.
- Que sería interesante que tratásemos en diferentes asignaturas cómo podemos sacarle el máximo provecho a las RR. SS. como profesionales de TeI, tanto como una herramienta de mercadotecnia como formativa.
- Que se actualicen y que sean más curiosos con los temas de mayor actualidad, ya que este mundo va cambiando mucho con las tecnologías.
- Para muchos es imperativo que se modernicen y empiecen a apostar por una educación más apoyada en las nuevas tecnologías. Muchos siguen anclados en el pasado, hacen sus clases altamente monótonas utilizando recursos didácticos genéricos que no cambian durante años y por consiguiente provocan una gran pérdida de interés por la asignatura. Además, la obligatoriedad de usar diccionarios a papel en exámenes y escribir las traducciones a papel que existe en algunas asignaturas no prepara en absoluto a los alumnos a la realidad laboral, se obvia completamente la parte de documentación que tanto se nos insiste en la carrera. Los alumnos quedamos desconcertados porque al principio de la formación se nos hace mucho hincapié en lo crucial que es documentarse, incluso dedicando una asignatura entera a ello, y luego en asignaturas más avanzadas este proceso de documentación se obvia por completo y no nos siguen formando en ello. El uso de los medios sociales y las nuevas tecnologías es una parte principal de nuestros futuros trabajos, y aun así, algunos profesores nos prohíben usar el ordenador. Esta medida se debe en gran parte al profundo "miedo" que tienen este profesorado a que los alumnos "se copien" o utilicen traductores automáticos, pero prohibir los ordenadores y evaluar con diccionario a papel y bolígrafo no es la solución, al contrario, supone un obstáculo en nuestra formación. Asimismo, se nos ha insistido mucho durante la carrera en que una traducción automática nunca superará a una traducción humana, así que podemos suponer que, si de verdad un alumno ha realizado una traducción con IA u otros medios automáticos, el profesor es capaz de darse cuenta, ¿no? Los profesores deben dejar a un lado esta aversión a la tecnología, empezar a implementarla en clase y educarnos en su buen uso en nuestro futuro laboral, no prohibirla por completo. (Podría seguir, pero ya se ha hecho muy largo).
- Sé que hay profesores que están más centrados en mostrarles el mundo profesional "real" a los alumnos, mientras les imparten las técnicas y habilidades necesarias para ser TeI competentes. Profesores que se están esforzando en darnos consejos y trucos para hacer un manejo de los medios sociales que nos sea favorable. Sé que hay un esfuerzo constante por parte de algunos, y lo aprecio.
- Es una realidad que con el tiempo y las nuevas generaciones está creciendo la importancia, el uso, y las facilidades que medios sociales aportan a nuestras vidas y sobre todo en el aspecto comunicativo. Por ello sería un gran error quedarse en lo tradicional (tanto en las aulas como fuera de ellas) puesto que el futuro y el mercado laboral está en constante cambio. Aplicar el uso de los medios sociales en las aulas es crucial para que el alumnado esté preparado, teniendo todas las herramientas posibles a su disposición. Así que les pediría que en la medida de lo posible las utilizaran para poder tener una educación completa, de calidad y con perspectiva de futuro.
- Que al igual que nosotros nos adaptamos a ellos, ellos deberían adaptarse a los nuevos

tiempos que corren e intentar aprender un poco más sobre los medios sociales y la importancia que tienen para nosotros.

En última instancia, y haciendo lo posible por obtener respuestas profundas y detalladas para obtener resultados más cualitativos, se propuso en este bloque una última pregunta con comentarios adicionales que los encuestados quisieran trasladar y se recopilaron 11 respuestas, siendo las más significativas las siguientes:

- Personalmente, he conocido y trabajado mucho con recursos de redes sociales a lo largo de la carrera. Son súper útiles, aunque hay que saber filtrar la información. De todas formas, siempre me han servido de ayuda. Algunos profesores, los más jóvenes, son los que más importancia le han dado a esto, y realmente hacen mucho más llevaderas las asignaturas del grado.
- Tengo la impresión de que a veces se le da una importancia desmesurada en el mundo académico a lo que está escrito en artículos, tesis y otros documentos de renombre, sin prestar gran atención a las cosas que suceden "alrededor". Quizás los medios sociales son una buena herramienta para mantenerse conectado con lo que pasa de forma diaria y es más volátil. Puede que sea interesante empezar a buscar un equilibrio entre los dos mundos porque, a día de hoy, unos estudios de TeI sin la experiencia de 'social media' a mi parecer son incompatibles.
- Esta encuesta me ha hecho reflexionar. Gracias por crear encuestas de este tipo, ya que son beneficiosas tanto para los investigadores como para los investigados.

Todos los resultados presentados dan lugar a una discusión más profunda en la que se puedan comparar datos con otros antecedentes literarios.

4. Discusión

En este apartado se tomará como referencia, esencialmente, el estudio anterior (Cedillo, 2024), ya citado en múltiples ocasiones, con el propósito de enfrentar los resultados obtenidos en este trabajo con los obtenidos de parte del profesorado hace solo unos meses. De este modo, se conseguirá una fotografía nítida del uso de los medios sociales en las aulas universitarias españolas de Traducción e Interpretación desde dos perspectivas distintas y en un periodo temporal parejo. Por tal razón, se someterán a discusión los aspectos más destacables de ambas investigaciones.

El primero de ellos es el sexo de los participantes en el cuestionario. En los dos estudios la gran parte de las respuestas vino de la mano de encuestadas. Estos datos coinciden con estudios como el de Francí (2023), en el que se declara que el predominio femenino en las titulaciones de Traducción e Interpretación es «abrumador» (párr. 3), o el de la Asociación Nacional de Traductores e Intérpretes (2024), que especifica que más del 80 % de los estudiantes del grado en Traducción e Interpretación son mujeres.

El segundo aspecto subrayable es que tanto profesores como estudiantes manifestaron, en su amplia mayoría, saber lo que eran los medios sociales, si bien se acabó descubriendo cierta confusión al proponerles distinguirlos de otros conceptos afines. Además, traductores e intérpretes en formación afirmaron en un alto porcentaje no haber recibido formación específica durante sus estudios sobre los medios sociales, algo que puede justificarse con el hecho de que los propios docentes afirmaran tampoco haberla recibido y sentirse, por tanto, poco preparados para usarlos durante sus clases o para enseñar a los estudiantes a usarlos de cara a su inserción laboral. Llamativamente, los estudiantes aludieron a que los medios más usados en clase son los foros de discusión y después pusieron como ejemplo a YouTube, que

es una comunidad de contenido, y los profesores hicieron exactamente lo mismo. De igual modo, estudiantes y docentes coincidieron en resaltar el poco uso que se hace de los medios sociales en clase para preparar encargos de traducción e interpretación y estuvieron de acuerdo con sus estudiantes, en términos generales, en que no saben aprovechar el potencial de los medios sociales en las aulas.

El tercer aspecto que cabe recalcar es que estudiantes y profesores otorgaron un valor significativo a los medios sociales para los traductores e intérpretes, aun cuando hacen un mayor uso de ellos en su vida personal que en su vida académica y profesional. Si bien los dos grupos determinaron que llevar los medios sociales a las aulas es una apuesta segura y una forma de dinamizar la enseñanza, concordaron en que es un trabajo extra para el que el equipo docente no se siente preparado.

Por último, el cuarto aspecto que se ha de tener en consideración es que estudiantes y profesores sostuvieron, *grosso modo*, que los medios sociales tienen poco protagonismo en un grado en el que las nuevas tecnologías son vitales y mencionaron que querrían recibir más (in)formación sobre ellos para afrontar la realidad actual del mercado de trabajo, en el caso de los alumnos de Traducción e Interpretación, y para ayudar a sus estudiantes a afrontarla, en el caso de los profesores.

Todos los datos presentados abren futuras líneas de investigación, que se terminarán de proponer en el siguiente apartado. Torna útil cavilar, consiguientemente, sobre nuevos enfoques metodológicos para alcanzar resultados más descriptivos que exploratorios, como ha sucedido hasta la fecha.

5. Conclusiones

Finalmente, de la exposición teórica y práctica del presente trabajo, así como del apartado reflexivo precedente, se pueden desprender varias conclusiones y también futuras líneas de investigación, que venzan las limitaciones de esta y sigan contribuyendo al estudio sobre el uso de los medios sociales en las aulas universitarias españolas de Traducción e Interpretación.

A través de este trabajo se ha averiguado que existe una falsa creencia respecto al propio conocimiento que los estudiantes en Traducción e Interpretación piensan que tienen sobre los medios sociales. Si bien declaran en su amplia mayoría entender el concepto que representan, se ha descubierto que, sin embargo, tienen dificultad para diferenciarlo de otros conceptos afines, para entender su clasificación e incluso para identificar correctamente los ejemplos de medios sociales existentes —lo que provoca que lleguen a confundir los diccionarios digitales o los campus virtuales con ellos—. Esto podría deberse a que más de la mitad de los alumnos no haya recibido formación específica al respecto, aunque les hubiera gustado hacerlo a prácticamente todos ellos porque la consideran “útil”, “esencial” o “necesaria” en la gran parte de los casos.

Además, ha quedado al descubierto que los traductores e intérpretes en formación hacen un uso diario, en su gran mayoría, de los medios sociales y, concretamente, de redes sociales como Instagram. Lo hacen, principalmente, para entretenerse e informarse y piensan que hacen un uso correcto de ellos, aunque muestran mayor inseguridad cuando se les pregunta si creen que saben aprovechar su potencial.

Por otro lado, los alumnos han revelado, en términos generales, que sus profesores hacen un uso puntual de los medios sociales en las clases y que tienden a utilizar foros de discusión y comunidades de contenido como YouTube, aunque no consiguen caracterizar a este medio

social como tal. Según los traductores e intérpretes en formación, sus docentes utilizan los medios sociales en las aulas sobre todo para educar y entretener. Muchos de ellos, tal y como señalan los alumnos, no los utilizan nunca para preparar encargos de traducción o interpretación ni resolver dificultades terminológicas y, los profesores que lo hacen, los utilizan solo muy puntualmente en sus clases. De esto quizá pueda esgrimirse que menos de la mitad de los alumnos opinen que sus profesores usan correctamente los medios sociales en las aulas y que casi la mitad de ellos considere que no aprovechan bien su potencial.

Por último, ha quedado patente que los traductores e intérpretes en formación piensan, a grandes rasgos, que las universidades deberían formarlos en el uso de los medios sociales y más en una carrera en la que estas herramientas resultan especialmente útiles y, por ello, les otorgan una importancia notable. Así pues, ven los medios sociales como una forma de dinamizar sus clases o una apuesta segura, que les ayudaría, además, a insertarse en los mercados laborales actuales. Pero pese a ello, casi la mitad de los alumnos no está segura de que sus profesores estén lo suficientemente preparados para enseñarles a usar los medios sociales y adecuarse a la demanda profesional contemporánea para la que X, YouTube e Instagram les resulta de particular valor. Por todo esto, expresan que en el Grado en Traducción e Interpretación los medios sociales no tienen suficiente protagonismo y piden, en su práctica totalidad, que los profesores hagan un mayor esfuerzo por contemplarlos en las aulas, agradeciendo enormemente a aquellos que ya lo hacen.

De todas las conclusiones extraídas, cabe comentar como ya se adelantó que, de cara a futuras investigaciones, se podría implementar la muestra obtenida o triangular datos mediante otros instrumentos como la entrevista o el grupo de discusión. Asimismo, quizá podría plantearse igualmente la creación de un curso en medios sociales dirigido a docentes de Traducción e Interpretación y evaluar *a posteriori* su recepción por parte de los mismos y por parte de los alumnos que se beneficien de los conocimientos adquiridos y trasladados a las clases. Todo ello con el ambicioso objetivo de mejorar la enseñanza/aprendizaje en las clases de Traducción e Interpretación en las universidades españolas e (in)formar al colectivo de traductores e intérpretes sobre una de las herramientas de comunicación de mayor popularidad en las sociedades modernas.

6. Referencias

- Amérigo, M. (1993). Metodología de cuestionarios: principios y aplicaciones. *Boletín de la ANABAD*, 3. 263-272. <https://n9.cl/expg9>
- Ahn, J. (2011). The effect of social network sites on adolescents' social and academic development: Current theories and controversies. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(8), 1435-1445. <https://doi.org/10.1002/asi.21540>
- Asociación Nacional de Empresas de Traducción e Interpretación [ANETI]. (2024, 15 de marzo). La feminización del sector de la traducción: resultados de la encuesta. ANETI. <https://n9.cl/wcuc90>
- Catalina-García, B., Montes, M. y García-Jiménez, A. (2015). Jóvenes y consumo de noticias a través de Internet y los medios sociales. *Historia y Comunicación Social*, 20(2), 601-619. https://doi.org/10.5209/rev_HICS.2015.v20.n2.51402
- Cedillo Corrochano, C. M.^a (2024). Uso de los medios sociales por los docentes universitarios españoles de traducción e interpretación. *Mutatis Mutandis*, 17(1), 166-191. <https://doi.org/10.17533/udea.mut.v17n1a08>

- Díaz-Fouces, O. (2018). Digital tools and the future of translation and interpreting training. *International Journal of Translation and Interpretation*, 6(2), 101-115.
- Fernández, J. C., Casal, L., Fernández-Morante, C. y Cebreiro, B. (2020). Actitudes y uso de Internet y redes sociales en estudiantes universitarios de Galicia: implicaciones personales y sociales. *Revista Prisma Social*, 28, 145-160. <https://n9.cl/hbord>
- Flores, G. A., Chancusig, J. C., Cadena, J. A., Guaypatín, O. A. y Montaluisa, R. H. (2017). La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios. *Boletín virtual*, 8(4), 56-65. <https://n9.cl/8t3vc>
- Francí, C. (2023). Traductoras. *El Trujamán, Revista de traducción*. <https://n9.cl/qzfvv>
- Gallardo, F. G. (2020). *Análisis de la última tendencia en el mercado de consumo* [Trabajo de grado]. <https://n9.cl/90o65>
- García-Alcaraz, F., Alfaro, A., Hernández, A. y Molina, M. (2006). Diseño de cuestionarios para la recogida de información: metodología y limitaciones. *Revista Clínica de Medicina de Familia*, 1(5), 232-236. <https://n9.cl/gioh>
- González Davies, M. (2017). Digital literacy and translation studies: The use of ICT in translation training. *Journal of Translation Education*, 8(3), 150-168.
- Gorrochategui, R. L. (2013). *Análisis y propuesta de mejora para la estrategia de social media de la empresa Reventure Ltd.* [Trabajo de fin de grado]. Universitat Politècnica de València. <https://n9.cl/5rr1t>
- Hernández-Rodríguez, A. A., Argüelles-Pascual, V. y Palacios, R. (2021). Métodos empíricos de la investigación. *Ciencia Huasteca*, 9(17), 33-34. <https://doi.org/10.29057/esh.v9i17.6701>
- López-Romo, H. (1998). La metodología de la encuesta. En L. J. Galindo (Coord.). *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, (pp. 1-40). Logman.
- Hernández, M. y Castro, A. (2014). *Influencia de las redes sociales de internet en el rendimiento académico del área de informática en los estudiantes de los grados 8º y 9º del instituto promoción social del norte de Bucaramanga* [Trabajo de fin de grado]. Universidad de Tolima.
- Junco, R. (2012). The relationship between frequency of Facebook use, participation in Facebook activities, and student engagement. *Computers & Education*, 58(1), 162-171. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2011.08.004>
- Kaplan, A. M., y Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Limas-Suárez, S. y Vargas-Soracá, G. (2022). Las redes sociales y su uso en la educación superior: una visión desde el estudiantado universitario. *Educación y Humanismo*, 24(42), 212-231. <https://doi.org/10.17081/eduhum.24.42.4927>
- Mangold, W. G. y Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion

- mix. *Business Horizons*, 52(4), 357-365. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>
- Marín-Díaz, V., Sampedro, B. E. y Muñoz, J. M. (2015). ¿Son adictos a las redes sociales los estudiantes universitarios? *Revista Complutense de Educación*, 26, 233-251. <https://n9.cl/16fl0>
- Marín-Díaz, V., Vega-Gea, E. y Passey, D. (2019). Determination of problematic use of social networks by university students. RIED. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 135-152. <http://dx.doi.org/10.5944/ried.22.2.23289>
- Martínez-Garcés, J. y Garcés-Fuenmayor, J. (2020). Competencias digitales docentes y el reto de la educación virtual derivado de la covid-19. *Educación y Humanismo*, 22(39), 1-16. <https://doi.org/10.17081/eduhum.22.39.4114>
- Martinez-Libano, J, Gonzalez Campusano, N. y Pereira Castillo, J. I. (2022). Las Redes Sociales y su Influencia en la Salud Mental de los Estudiantes Universitarios: Una Revisión Sistemática. *REIDOCREA*, 11(4), 44-57. [10.30827/Digibug.72270](https://doi.org/10.30827/Digibug.72270)
- Marzo, M. y Pedraja, M. (2020). Social media and its influence on the development of translation students' skills. *Translation and Interpreting Review*, 12(1), 213-229.
- Osorio, R. A. (1998). La metodología del cuestionario. *La Sociología En Sus Escenarios*, 1. 1-15. <https://n9.cl/0pxzm>
- Pérez, J. A. (2020). *Guía institucional para la creación de cuestionarios por Google Forms*. <https://n9.cl/xaxjo>
- Sánchez-Fernández, J., Leiva, F. y Montoro, F. J. (2009). ¿Cómo mejorar la tasa de respuesta en encuestas on line? *Revista de Estudios Empresariales, Segunda época*, 1, 45-62. <https://n9.cl/z5a72q>
- Selwyn, N. (2009). Faceworking: Exploring students' education-related use of Facebook. *Learning, Media and Technology*, 34(2), 157-174. <https://doi.org/10.1080/17439880902923622>
- Tess, P. A. (2013). The role of social media in higher education classes (real and virtual) - A literature review. *Computers in Human Behavior*, 29(5), A60-A68. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.12.032>
- Ureña, G. V. y Serna, R. (2018). Redes sociales y bienestar psicológico del estudiante universitario. *REDIE*, 20(3). 19-28. <https://doi.org/10.24320/redie.2018.20.3.1796>

Anexo

El cuestionario puede consultarse a través del enlace <https://n9.cl/5cw4et>.

AUTOR/ES:**Carmen M.^a Cedillo Corrochano**

Universidad Internacional de Valencia.

Doctora en Lenguas Modernas, Literatura y Traducción, con Premio Extraordinario de Doctorado por la Universidad de Alcalá y con reconocimiento por la CIUTI (Conférence internationale permanente d'instituts universitaires de traducteurs et interprètes) a una de las mejores tesis de Traducción e Interpretación en 2019. Actualmente imparte docencia como profesora contratada doctora en el Grado en Traducción e Interpretación en la Universidad Internacional de Valencia y como colaboradora externa en el Máster Universitario en Comunicación Intercultural, Interpretación y Traducción en los Servicios Públicos y en el Máster Universitario en Interpretación de Conferencias Orientado a los Negocios de la Universidad de Alcalá. No obstante, sus más de 10 años de experiencia docente, tanto a nivel de grado como de posgrado, la han llevado también a las aulas la Universidad Pablo de Olavide, de la Universidad Alfonso X el Sabio, de la Universidad Europea de Madrid y de la Universidad Internacional de La Rioja. Es, además, miembro activo de los grupos de investigación FITISPos y e-LOGOS, miembro del consejo editorial de la revista FITISPos International Journal y evaluadora externa de más de quince revistas de reconocido prestigio en el campo de la Traducción e Interpretación. Tiene un sexenio de investigación

carmenmaria.cedillo1@professor.universidadviu.com

Índice H: 5**Orcid ID:** <https://orcid.org/0000-0002-7276-1103>**Google Scholar:** <https://scholar.google.com/citations?user=2VPRYTAAAAAJ>**ResearchGate:** <https://www.researchgate.net/profile/Carmen-Cedillo-Corrochano>