

El uso de Twitter en las aulas de fiscalidad: cultura y responsabilidad ciudadana

María Jesús Delgado Rodríguez*

mariajesus.delgado@urjc.es

María del Carmen Rodado Ruiz*

mariacarmen.rodado@urjc.es

Alfredo Cabezas Ares*

alfredo.cabezas@urjc.es

Rosa Martínez López**

rmartinez@cee.uned.es

Sonia de Lucas Santos***

sonia.delucas@uam.es

* *Universidad Rey Juan Carlos. Departamento de Economía de la Empresa, Economía Aplicada II y Fundamentos del Análisis Económico. Facultad de la Economía y de la Empresa. Pº Artilleros s/n, 28032 Madrid, España.*

** *UNED, Facultad de Derecho.*

*** *Universidad Autónoma de Madrid, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.*

Recibido: 26 de julio de 2023

Aceptado: 29 de noviembre de 2023

Resumen

En este artículo se describe la experiencia de innovación docente llevada a cabo en la asignatura de Régimen Fiscal de la Empresa del Grado en ADE de la Universidad Rey Juan Carlos. Las redes sociales son hoy día una herramienta de comunicación y aprendizaje, especialmente entre los jóvenes, porque son un medio habitual de información e interacción entre ellos. Su incorporación a la educación superior permite el diseño de modelos innovadores de enseñanza que incorporan recursos adicionales de actualidad y mejoran la fluidez y la interrelación entre docentes y alumnos universitarios. Desde este planteamiento, hemos diseñado una experiencia innovadora que pretende la integración de la red social Twitter, en el desarrollo de esta asignatura de fiscalidad. El objetivo concreto de esta práctica docente ha sido fortalecer y complementar la cultura fiscal y la responsabilidad ciudadana de nuestros alumnos a través de la divulgación y el análisis de noticias de actualidad sobre el papel del sector público como recaudador de impuestos y provisor del gasto público. Adicionalmente, con las actividades propuestas se ha fomentado el aprendizaje cooperativo y un ambiente más participativo en el aula. Para valorar el impacto de esta actividad de Twitter sobre el aprendizaje y los valores adquiridos se realizó un seguimiento en la actividad de los alumnos en las redes y se realizaron encuestas al comienzo y al finalizar el curso.

Palabras clave: Redes Sociales, Twitter, Cumplimiento fiscal, TIC, Responsabilidad ciudadana.

Códigos JEL: H26, H25, I30

1. INTRODUCCIÓN

La incorporación de las redes sociales en la enseñanza universitaria induce cambios en los modelos educativos y en la selección de las propuestas de aprendizaje y las convierten en

un aliado innovador que conlleva la mejora en el proceso de enseñanza-aprendizaje y en la calidad de la educación (Cornejo y Parra, 2016, Islas y Carranza, 2011). La utilización de las redes sociales en la educación puede favorecer la motivación y el interés de los estudiantes para abordar la preparación de las asignaturas (Welch y Bonnan-White, 2012), ofreciendo recursos educativos de gran valor y actualidad. Pero este empleo educativo de las redes sociales debe ser entendido no como una simple extensión o traslación del uso para fines lúdicos que generalmente le dan los alumnos, sino que ha de implicar tanto a los docentes como a los alumnos para logra un uso adecuado y útil de estas tecnologías. Los profesores deben guiar las actividades para que sean tenidas en cuenta por los alumnos en su aprendizaje y conseguir que el alumno tenga un actitud activa, reflexiva, colaborativa y proactiva, que además desarrolle y permita la adquisición de habilidades, aptitudes y valores tanto de la asignatura como sociales y tecnológicos (Vazquez-Martínez y Cabero-Amenara, 2015).

Son numerosos los trabajos que destacan la cada vez mayor presencia de estrategias docentes relacionadas con las redes sociales en las universidades (Marín-Díaz y Cabero-Almenara, 2019, García-Suárez et al., 2015) y sus beneficios para la educación superior (Limas y Vargas, 2020). Los avances en las competencias digitales de nuestros alumnos hacen necesario que los profesores no ignoremos los cambios tecnológicos en torno a la comunicación y las nuevas formas de acceso a la información que pueden convertirse en un recurso educativo de gran valor (Hortigüela y Pérez, 2015, Núñez-Canal et al., 2022, Amhag et al., 2019). Las redes sociales permiten la búsqueda y selección de información especializada, que favorece el autoaprendizaje, el intercambio de recursos y el acceso a otras fuentes, que no solo facilitan incorporar a los materiales del curso aspectos novedosos en temas específicos y cuyo contenido no se recoge en los manuales habituales, sino que, además, amplían las posibilidades de análisis y de enfoques sobre los temas (Zhao et al., 2021 y Merchán et al., 2018). Aunque, esta oportunidad también conlleva problemas de veracidad y confiabilidad en la información consultada, al estar disponible mucha información errónea, sesgada y desactualizada, ello permite enfrentar a los alumnos con la necesidad de seleccionar las fuentes adecuadas, una habilidad cada vez más necesaria y valorada. Además, es muy importante que la incorporación de estos aspectos no distraiga o interrumpa el desarrollo de los aspectos centrales del curso (Marín-Díaz et al., 2019). Por eso, los estudiantes deben afianzar competencias encaminadas a seleccionar y hacer uso correcto de la información, así como evaluar la calidad y la idoneidad de esta (Cantón-Padilla et al., 2018) y los profesores, a su vez, deben tener claro los objetivos que se quieren alcanzar con la incorporación de las redes sociales en el diseño de la asignatura.

La preocupación por la información que reciben nuestros alumnos sobre los temas fiscales hizo que nos planteásemos diseñar estrategias que se pudieran emplear para promover una adecuada percepción de la necesidad de entender el cumplimiento fiscal como un comportamiento ético y ciudadano y afianzar el compromiso con la sociedad en la que viven, aprovechando las ventajas que ofrecen estas nuevas herramientas que nos permiten hacerles llegar mensajes que les hagan reflexionar sobre estos temas. Tal y como se ha expuesto en la literatura, las redes sociales sirven de base para trabajar valores como la privacidad, la honestidad, la responsabilidad, la veracidad y el honor (Kist, 2010), por lo que son evidentes las enormes posibilidades que ofrecen a los docentes para lograr fortalecer valores como la moral tributaria, el compromiso social, los deberes ciudadanos y la ética en el trabajo.

La utilización de las redes sociales con fines docentes es, por tanto, un reto para el profesorado que intenta llegar a sus alumnos con un aprendizaje más profundo y significativo de los temas tratados. Para conseguirlo, es también muy importante que se trabaje la capacidad de análisis y crítica ante, a menudo, información sin fundamento y no contrastada. Nuestro

propósito es utilizar las redes sociales como plataforma para informar y concienciar desde la base de un mayor conocimiento y reflexión sobre los temas fiscales que, como futuros contribuyentes, deben entender y compartir de forma correcta. La adecuada percepción de la fiscalidad les permitirá ser referentes de un necesario cambio en la cultura tributaria de los jóvenes al ofrecer una visión sólida y crítica sobre los impuestos frente a la desinformación (Martínez et al., 2022, Sein-Echaluce et al., 2017). De este modo, tal y como se plantea en (Montero de Géa et al., 2019) pretendemos innovar en docencia e incorporar cambios planificados en la asignatura para generar mejoras en los procesos formativos aprovechando las oportunidades que ofrecen las competencias digitales de nuestros alumnos. Con esta experiencia se pretende conseguir su transferibilidad a la sociedad a través de la participación en las redes y una mayor eficacia en el aprendizaje, mejorando las competencias del curso y la motivación de los alumnos, para hacer suyos los objetivos de la asignatura.

Otras oportunidades que ofrecen las redes sociales están relacionadas con la posibilidad de aprovechar su dinamismo para aportar una mayor flexibilidad al proceso formativo, facilitando a los estudiantes el control de su propio modo de aprendizaje. A través de las redes sociales se puede incrementar la intervención de las personas menos propensas a participar en las actividades presenciales, en algunos casos por dificultades para compatibilizarlas con sus horarios laborales o por no sentirse tan seguros al hablar en público. Además, no cabe duda de que uno de los aspectos más interesantes en la incorporación de las redes sociales a la docencia, es facilitar la comunicación entre estudiantes y profesores, así como motivar y mejorar el clima general en el aula. Las redes sociales hacen posible incorporar actualidad informativa fiscal, en nuestro caso, y sobre una mayor amplitud (respecto al temario estricto de la asignatura) de aspectos relacionados con la fiscalidad, haciéndoselos llegar en los formatos que conectan de manera más rápida con los jóvenes y que actualmente constituyen sus canales de información habituales. A su vez, nuestros alumnos nos pueden hacer partícipes de sus impresiones y comentarios sin la rigidez que, a veces, supone tratarlas en la dinámica habitual del aula. La comunicación y el intercambio de información en las redes, con la guía del profesor, crea un mayor clima de confianza y compañerismo, que posteriormente es posible trasladar a la clase.

Para lograr la integración de las redes sociales en el desarrollo de la asignatura de Régimen Fiscal de la Empresa, se han diseñado una serie de actividades que se realizan tanto de forma individual como en grupos y que tratan de impulsar el acceso y la divulgación de información fiscal actual y complementaria a los contenidos de la asignatura en formatos ágiles que capten su atención aprovechando las ventajas y oportunidades del uso de las redes sociales. Para valorar si se han alcanzado los objetivos propuestos y comprobar la utilidad para la asignatura se analizó la actividad realizada por los alumnos en las redes mediante el diseño y realización de encuestas al comienzo y al final del curso. En este caso, nos interesaba analizar no solo la contribución a su formación fiscal sino también cuáles son los valores, las competencias, aprendizajes y actitudes que pueden generarse con la integración de las redes sociales, en especial Twitter, en la asignatura de Régimen Fiscal de la Empresa. El uso de las redes sociales ofrece no solo posibilidades educativas, sino también sociales y todo un cúmulo de valores y aprendizajes no estrictamente de carácter académico que los estudiantes van incorporando a su bagaje cultural y social. Unos valores que, por otra parte, pueden resultar muy necesarios para la vida en sociedad: autonomía, respeto, espíritu crítico o compromiso social, entre otros. En nuestra asignatura se ha tratado de reforzar la competencia del compromiso ético en el trabajo, fundamental cuando se tratan aspectos relacionados con la fiscalidad más allá de la práctica tributaria como son, la adecuada percepción de la función social de los impuestos y la necesidad de potenciar la moral tributaria, especialmente entre las

generaciones jóvenes y en proceso de formación, como ejes fundamentales de nuestra materia y que pueden trasladarse al conjunto de la sociedad.

A continuación, presentamos la metodología, los resultados obtenidos y las principales conclusiones que se han extraído de la experiencia docente realizada.

2. METODOLOGÍA

2.1 OBJETIVOS

La experiencia docente que se presenta ha tratado de aprovechar las ventajas que ofrecen las redes sociales, en concreto Twitter, para conseguir un aprendizaje más profundo y significativo de nuestra asignatura que haga posible fortalecer no solo los conocimientos adquiridos, sino también los valores y competencias que tratamos de transmitir con este curso como son la ética en el trabajo, el cumplimiento fiscal y la responsabilidad ciudadana. Con este reto desde el curso 2021 hemos puesto en marcha actividades que tienen como objetivo principal integrar el uso de la red social de Twitter en el desarrollo de la asignatura Régimen Fiscal de la Empresa, que se imparte en el primer cuatrimestre en los grados y dobles grados con Administración y Dirección de Empresas (ADE). En las titulaciones de ADE se imparte en el tercer curso y en los dobles grados con ADE se imparte en los cursos de cuarto y quinto de la titulación. Las actividades que hemos realizado se han dirigido a los más de 300 alumnos que tenemos en seis grupos de la asignatura que impartimos los profesores que formamos parte del Grupo de Innovación Docente Fiscal INNOVA.

Si bien el objetivo principal es el expuesto anteriormente, como objetivos específicos a conseguir con la integración de Twitter en nuestra asignatura podemos señalar los siguientes:

1. Comprobar si la incorporación de esta red social en el curso ha aumentado el interés por la asignatura y ha permitido alcanzar un conocimiento más profundo y significativo de los contenidos del curso.
2. Identificar si fomenta el clima de colaboración y trabajo en equipo entre los alumnos y en el aula.
3. Establecer si el uso de esta red social ha fortalecido las competencias de la asignatura, en concreto la del compromiso ético en el trabajo y los valores relacionados con la moral tributaria y el compromiso social.
4. Conocer si el uso de Twitter ha mejorado la comunicación entre profesores y alumnos y ha facilitado la intervención y participación de los alumnos, mejorando el clima general en el aula.
5. Adquisición de un mayor compromiso por divulgar y concienciar sobre el cumplimiento fiscal y la responsabilidad ciudadana.
6. Valorar si la utilización de las redes sociales, como es el caso de Twitter, da flexibilidad a la realización de las actividades del curso.

2.2. ACTIVIDADES PROPUESTAS

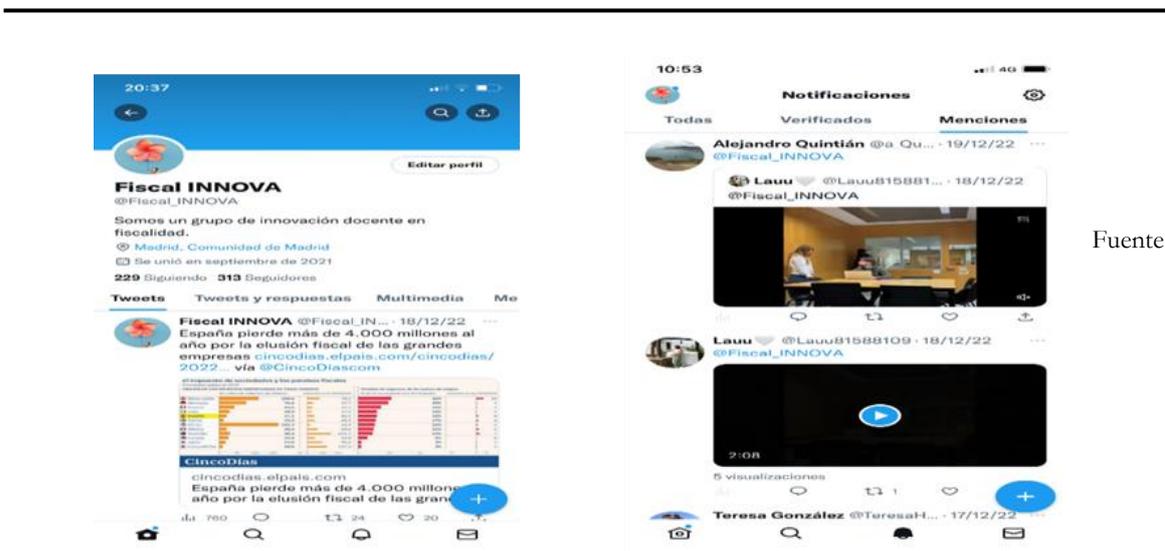
Para llevar a cabo los objetivos presentados se han propuesto a los alumnos actividades que están conectadas principalmente con el uso de una de las redes sociales que consideramos con más interés para nuestros alumnos: Twitter. Se trata de que esta herramienta constituya un instrumento complementario para el aprendizaje y los alumnos tengan acceso a ellas de forma flexible. Para ello, se les propuso la creación de un espacio en Twitter donde compartir noticias de actualidad fiscal y contribuir a la formación tributaria y a su divulgación. Con el objetivo de valorar el impacto e interés de estas actividades se ha realizado un seguimiento de la participación de nuestros alumnos en Twitter, además, se realizó una encuesta a los alumnos al empezar y al finalizar el curso.

Twitter es una red que permite tanto publicar enlaces a noticias relacionadas con la fiscalidad como mensajes (tweets) con una extensión máxima de 280 caracteres. En este caso, la red nos permite facilitar de forma rápida y eficaz las principales noticias que se van publicando sobre la fiscalidad, al igual que pueden hacer nuestros alumnos para compartirlas con sus contactos. Para agilizar la comunicación en la red con los alumnos, los profesores del grupo de innovación docente abrimos en Twitter la cuenta @Fiscal_INNOVA a través de la cual difundimos noticias sobre temas fiscales que los alumnos pueden comentar y retuitear favoreciendo la comunicación sobre información veraz y relacionada con los objetivos de la asignatura (Figura 1). Los alumnos también pueden buscar noticias y compartirlas creando un espacio de diálogo de docentes y estudiantes e interesados por el tema de la fiscalidad. Las noticias relacionadas de forma más directa con los contenidos del curso o aquellas que susciten más interés o generen dudas se llevan a aula, donde los docentes participamos para orientar y guiar en su adecuada comprensión, aclarando aquellos aspectos que tengan una mayor complejidad. Además, se anima a los alumnos a compartir esta información con sus contactos, para impulsar el conocimiento de estos aspectos y así extender la docencia fuera del aula.

La red de Twitter fomenta la comunicación entre compañeros y con el profesor, desarrollando la capacidad de búsqueda, de análisis y síntesis y de reflexión sobre la información que se quiere compartir para captar la atención y el interés de otros alumnos e identificar aquellas noticias que no son veraces o hacen un uso sesgado de la información. A través de este espacio se conectan los contenidos del curso con la actualidad relacionada con aspectos fiscales y, por lo tanto, permite entender la relevancia de los contenidos que están aprendiendo en el aula y su importancia para contribuir a un cambio en la cultura y percepción de la fiscalidad. Esta actividad puede fomentar en los estudiantes la autonomía, el trabajo cooperativo y una construcción dinámica y constante de información fiscal actual, algo que puede motivar el estudio de la asignatura, dotando de una mayor flexibilidad su preparación. Los artículos sirven de complemento a las prácticas y otras actividades que se realizan en el aula, y generan recursos complementarios y eficaces para la asignatura. Las noticias compartidas permiten abordar de forma didáctica aspectos claves para sensibilizar a los estudiantes sobre la situación de las prestaciones públicas en nuestro país y la importancia del cumplimiento fiscal para lograr el adecuado compromiso social, entre otros aspectos de interés a tratar.

Los alumnos realizan esta actividad de manera individual a través de sus cuentas personales, en las que reflejan el interés por los artículos que han leído y se han compartido en las redes. El seguimiento de la cuenta ofrece información sobre el impacto y la repercusión que van teniendo los artículos que se van subiendo a la red y la interrelación con otros perfiles similares relacionados con temas de fiscalidad.

Figura 1. Actividades realizadas a través de la cuenta de Twitter del Grupo Fiscal INNOVA



Fuente:

<https://twitter.com/about>

Para poder tener más información sobre el desarrollo de estas dos actividades, cuando terminó el curso, los alumnos debían elaborar un informe (**Informe Twitter**) de forma individual donde analizan su participación en la cuenta de Twitter, comentando los artículos que les han parecido más interesantes, su contribución con contenidos y noticias que han realizado y la difusión que les han dado a las noticias fiscales que han compartido en las redes. Este informe era fundamentalmente de control para identificar a los alumnos en las redes y hacer un mejor seguimiento de su participación. La entrega de este informe tiene un reconocimiento de 0,25 puntos en la asignatura, una vez supervisada su actividad en Twitter. Aunque esta puntuación pueda resultar reducida, hemos considerado que era suficiente dado que el objetivo fundamental es motivar a los alumnos a la lectura de artículos fiscales y esta nota se complementa con otras calificaciones que obtienen realizando las prácticas de la asignatura, que están también conectadas a las noticias fiscales que trabajamos en clase.

2.3 ENCUESTA INICIAL Y FINAL

Para poder valorar el impacto y los resultados obtenidos al incorporar la actividad propuesta en el desarrollo del curso de Régimen Fiscal de la Empresa, se realizó una encuesta a los alumnos tanto al inicio como al final del curso. La encuesta tiene una constitución tipo Likert con una valoración de 1 a 5. La encuesta inicial estaba compuesta por preguntas centradas en aspectos socioeconómicos y fiscales con el objetivo de conocer el perfil de entrada a la asignatura. El cuestionario estaba disponible en el aula virtual y podían realizarlo libremente durante el primer mes del curso. La encuesta final constaba de preguntas para valorar si con las actividades realizadas se ha conseguido que los alumnos refuercen los valores y las competencias propuestas y si han introducido dinámicas de interés para el desarrollo de la asignatura. Esta encuesta se podría realizar durante el último mes del curso en el aula virtual.

3. RESULTADOS

Los resultados que presentamos se han obtenido a partir de la información sobre la actividad que los alumnos han realizado en la red de Twitter empleando Twitter Analytics y de las dos encuestas realizadas: a comienzo y al final del curso.

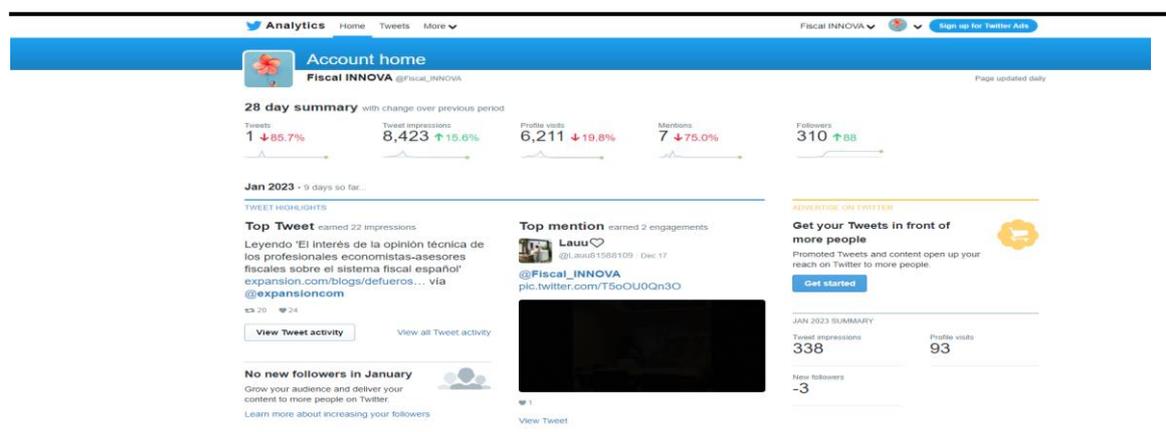
3.1 MUESTRA

Los alumnos que han realizado las actividades proceden de los 6 grupos de Régimen Fiscal de la Empresa que impartimos los profesores que formamos parte del Grupo de Innovación Docente Fiscal INNOVA. Esta asignatura se imparte en ADE y en los Dobles Grados con ADE (Turismo-ADE, ADE-Derecho, Publicidad y RRPP-ADE). En estos grupos hay un total de 337 alumnos matriculados, de los que 280 alumnos, que representan el 83% del total, han realizado la encuesta. La muestra está compuesta por un 61,79% de mujeres y el resto de los hombres, y el 85,36% tienen menos de 23 años.

3.2 RESULTADOS DE LA ACTIVIDAD REALIZADA EN TWITTER.

A partir de nuestra cuenta del grupo de innovación docente en Twitter @Fiscal_INNOVA hemos podido realizar un seguimiento de nuestro perfil con la aplicación Twitter Analytics para comprobar la evolución de las actividades propuestas, ya que podemos identificar si los contenidos que se publican captan la atención de nuestros alumnos y su grado de implicación. En la Figura 2 mostramos los principales resultados relacionados con la cuenta. La participación ha sido importante y los estudiantes no nos han hecho partícipes de ninguna experiencia que haya sido insatisfactoria, o de que se hubiese producido algún incidente en las redes. La cuenta del grupo cuenta con 310 seguidores que han seguido las distintas noticias que se facilitaban. Tampoco se han detectado problemas para el acceso a estas redes, bien por falta de conocimiento o dificultades tecnológicas, lo que confirma sus competencias digitales. El número de impresiones, que hace referencia a las veces que los contenidos han sido mostrados, es muy alto (8.423), con una trayectoria ascendente durante el cuatrimestre. También son elevadas las visitas al perfil, lo que refleja el interés que han suscitado las noticias fiscales. Se ha conseguido crear nuevos espacios de comunicación y diálogo para los alumnos, que nos ha enriquecido también a los profesores. A partir de la información que hemos obtenido en este aspecto, un reto para el futuro es extraer la variedad de estilos de aprendizaje que conviven en el aula y la evaluación del comportamiento individual y colectivo del alumnado.

Figura 2. Resultados relacionados con la cuenta de Twitter del Grupo Fiscal INNOVA



Fuente: Elaboración propia con <https://analytics.twitter.com/about>

3.3 ANÁLISIS RESULTADOS ACADÉMICOS.

En cuanto a los resultados académicos, se ha hecho un análisis de correlación entre las distintas calificaciones del curso (Tabla 1). A lo largo del curso los alumnos han realizado cuatro pruebas de test (una por cada uno de los capítulos que forman la guía docente). Los resultados que se han obtenido confirman la relación entre las notas de cada una de estas cuatro pruebas con el examen y la calificación final del curso, siendo más elevada la correlación con la calificación final. Son pruebas de test que se realizan en clase de forma individual y tienen como objetivo que los alumnos vayan realizando un estudio continuado de la asignatura. Los resultados de las correlaciones aumentan cuando utilizamos la media de los tests realizados y muestra que los alumnos no preparan todos los temas por igual. Además, los alumnos han tenido que realizar pruebas grupales, que consisten fundamentalmente en prácticas sobre los contenidos que se trabajan en el aula. Las correlaciones que encontramos para las prácticas grupales con el examen y la calificación final son positivas y significativas, siendo mayor la correlación con la calificación final. Este resultado está relacionado con la evidencia de que no todos los alumnos trabajan con la misma dedicación las actividades que se hacen en grupo, lo que hace que no se alcance una correlación alta en su análisis con el examen final, aunque la correlación con la nota final sea elevada.

La actividad que muestra las correlaciones más bajas con el examen y la calificación final es la del informe Twitter, que elaboran de forma individual. En dicho informe los alumnos explicaban su participación y, aunque a partir de él era posible llevar un seguimiento individualizado de cada alumno en las redes, esta es una labor difícil de realizar en la práctica, dado el alto número de alumnos que accede, por lo que la calificación está basada en lo que ellos exponen que han hecho, siendo posible que hayan sobrevalorado su interés y haya que mejorar el análisis crítico de estos informes. Es una actividad con margen de mejora, en la que tendremos que introducir alguna variable de control para que los alumnos se ajusten a presentar de una manera mucho más objetiva lo que han hecho y que se centren en su aprendizaje, de este modo, su valoración tendrá una mayor incidencia sobre la mejora de los resultados del examen y la calificación final.

Tabla 1: Correlaciones entre las actividades de evaluación de la asignatura de Régimen Fiscal

		Video	Test 1	Test 2	Test 3	Test 4	Informe Twitter	Práctica grupal	Media Test	Evaluación continua	Examen final	Nota final
Vídeo	Corr. Pearson	1	0.789**	0.662**	0.640**	0.733**	0.563**	1.000**	0.835**	0.980**	0.317*	0.704**
	Sig. (bil.)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.015	0.000
Test1	Corr. Pearson	0.789**	1	0.616**	0.699**	0.661**	0.355**	0.789**	0.881**	0.831**	0.470**	0.740**
	Sig. (bil.)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.006	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Test2	Corr. Pearson	0.662**	0.616**	1	0.473**	0.684**	0.428**	0.662**	0.810**	0.703**	0.430**	0.649**
	Sig. (bil.)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000
Test3	Corr. Pearson	0.640**	0.699**	0.473**	1	0.572**	0.463**	0.640**	0.823**	0.723**	0.319*	0.580**
	Sig. (bil.)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.015	0.000
Test4	Corr. Pearson	0.733**	0.661**	0.684**	0.572**	1	0.538**	0.733**	0.864**	0.797**	0.402**	0.675**
	Sig. (bil.)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000
Informe Twitter	Corr. Pearson	0.563**	0.355**	0.428**	0.463**	0.538**	1	0.563**	0.530**	0.603**	0.203	0.439**
	Sig. (bil.)	0.000	0.006	0.001	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.126	0.001
Prácticas grupales	Corr. Pearson	1.000**	0.789**	0.662**	0.640**	0.733**	0.563**	1	0.835**	0.980**	0.317*	0.704**
	Sig. (bil.)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.015	0.000
Media Tests	Corr. Pearson	0.835**	0.881**	0.810**	0.823**	0.864**	0.530**	0.835**	1	0.905**	0.477**	0.781**
	Sig. (bil.)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
Evaluación continua	Corr. Pearson	0.980**	0.831**	0.703**	0.723**	0.797**	0.603**	0.980**	0.905**	1	0.368**	0.750**
	Sig. (bil.)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.004	0.000
Examen final	Corr. Pearson	0.317*	0.470**	0.430**	0.319*	0.402**	0.203	0.317*	0.477**	0.368**	1	0.891**
	Sig. (bil.)	0.015	0.000	0.001	0.015	0.002	0.126	0.015	0.000	0.004		0.000
Nota final	Corr. Pearson	0.704**	0.740**	0.649**	0.580**	0.675**	0.439**	0.704**	0.781**	0.750**	0.891**	1
	Sig. (bil.)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	

Fuente: elaboración propia.

** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral). *en el nivel 0,05 (bilateral).

3.4 RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS.

Al inicio del curso se realizó la encuesta inicial para conocer la percepción que tenían sobre la fiscalidad y la existencia de diferencias por sexo y edad (Tabla 2). En primer lugar, el análisis de las respuestas que dieron los alumnos de la asignatura nos ha permitido determinar que los alumnos comparten el interés por adquirir una formación tributaria como vía para mejorar el cumplimiento fiscal (4.5 de media para el total en escala de Likert de 1-5), la preocupación por el problema del fraude (3.757 de media para el total en escala de Likert de 1-5), y sobre la injusticia que se genera cuando algunos ciudadanos no pagan sus impuestos (3.743 de media para el total en escala de Likert de 1-5). Existen en estas preguntas diferencias

por sexo, siendo las mujeres las que muestran un mayor compromiso con estas preguntas. En cambio, no existen diferencias significativas por grupos de edad.

En relación con las preguntas sobre si consideran que el aumento de las inspecciones y conocer con mayor detalle cómo se emplean los recursos públicos mejoraría el cumplimiento fiscal, hemos comprobado que estas dos iniciativas, a pesar de ser muy distintas, son muy aceptadas por los alumnos para contribuir al adecuado pago de los impuestos, sin que se aprecien diferencias en cuanto a sexo y a edad. De esta manera, puede decirse que valoran la importancia de establecer estrategias tanto informativas (4.032 de media para el total en escala de Likert de 1-5) como coercitivas (3.718 de media para el total en escala de Likert de 1-5) para que aumente el cumplimiento fiscal. Son muy relevantes también los resultados en cuanto al interés por las noticias fiscales (3.464 de media para el total en escala de Likert de 1-5), en las que se comprueba que la actualidad fiscal es un área relevante para nuestros alumnos, siendo mayor en los hombres y entre los mayores de 23 años. Las variables de sexo y edad también son significativas cuando analizamos el uso de las redes sociales. Los alumnos han señalado un alto grado de uso de las redes sociales (4.134 de media para el total en escala de Likert de 1-5), en consonancia con sus competencias digitales, especialmente entre las mujeres y los menores de 23 años. También se comprueba su responsabilidad ciudadana al preguntarles si aceptarían una subida de las tasas para ayudar a alumnos que se encuentran por debajo del umbral de pobreza (3.346 de media para el total en escala de Likert de 1-5), siendo este compromiso social más favorable entre los hombres.

Para finalizar, hay dos preguntas cuyos resultados llaman la atención. En primer lugar, la reducida predisposición a aumentar los impuestos en nuestro país (1.943 de media para el total en escala de Likert de 1-5), aspecto en el que no hay diferencias entre los hombres y las mujeres, ni tampoco por edades. En cuanto a la pregunta que hemos incluido para reconfirmar la moral tributaria de nuestros alumnos, al preguntarles de si informarían sobre un error en el pago de las tasas universitarias por no haber incluido un 5% más que iría destinado al pago de la matrícula de los compañeros, comprobamos que, a pesar de estar mayoritariamente de acuerdo con la subida, no están tan comprometidos con informar sobre el problema (2.614 de media para el total en escala de Likert de 1-5), sin que existan diferencias.

Tabla 2: Resultados promedios en la encuesta inicial de los alumnos (escala Likert 1-5)

Preguntas	Total	Hombre	Mujer	t-statistic (sexo)	<23	>23	t-statistic (edad)	Alpha de Cronbach sin el ítem
N	280	107	173		239	41		
Consideras que es importante que los alumnos de tu titulación adquieran una formación fiscal que les permita mejorar su cumplimiento tributario	4.5 (0.797)	4.36 (0.88)	4.58 (0.729)	-2.26**	4.5 (0.79)	4.51 (0.86)	-0.1	0.697
¿Consideras que el fraude fiscal es un problema importante en nuestro país?	3.757 (1.267)	3.53 (1.36)	3.9 (1.188)	-2.39**	3.76 (1.25)	3.76 (1.38)	0	0.700
¿Crees que el inadecuado cumplimiento fiscal genera una injusticia en el reparto de la carga tributaria, obligando a pagar más a los que sí cumplen?	3.743 (1.142)	3.54 (1.23)	3.87 (1.064)	-2.37**	3.76 (1.11)	3.66 (1.32)	0.65	0.696
¿Crees que si aumentaran las inspecciones fiscales mejoraría el cumplimiento fiscal?	3.718 (1.22)	3.47 (1.28)	3.87 (1.151)	-2.7***	3.72 (1.21)	3.73 (1.25)	-0.07	0.695
¿Crees que si tuvieras un mayor detalle sobre cómo se emplean los recursos públicos para cubrir las distintas necesidades sociales estarías más dispuesto a pagar lo que te corresponde?	4.032 (1.129)	4.08 (1.22)	4 (1.07)	0.57	4.02 (1.12)	4.12 (1.15)	-0.71	0.696
¿Te interesan las noticias de contenido fiscal habitualmente?	3.464 (0.604)	3.63 (0.65)	3.36 (0.564)	3.66***	3.39 (0.6)	3.9 (0.57)	-7.1***	0.721
Señala el grado de uso en redes sociales	4.134 (0.721)	4.04 (0.74)	4.19 (0.703)	-1.69*	4.19 (0.69)	3.78 (0.81)	4.33***	0.720
Supón que alrededor de 300 estudiantes de la Universidad se encuentran por debajo del umbral de pobreza. ¿Estarías de acuerdo en que la universidad subiese las tasas un 5% para conceder ayudas a estos alumnos?	3.346 (1.247)	3.57 (1.21)	3.21 (1.25)	2.36**	3.35 (1.21)	3.32 (1.44)	0.18	0.713
Si tuvieras capacidad de decidir la cuantía de los impuestos que vas a pagar, ¿decidirías subir los impuestos?	1.943 (0.966)	1.90 (1.0)	1.97 (0.94)	-0.59	1.91 (0.95)	2.15 (1.05)	-1.92*	0.702
La universidad decidió aumentar las tasas anuales de matrícula en un 5%. Te das cuenta de que el 5% adicional no se agregó a tus tarifas. ¿Informarías del problema y realizarías el pago correcto de la matrícula?	2.614 (1.472)	2.53 (1.51)	2.66 (1.448)	-0.72	2.57 (1.46)	2.85 (1.49)	-1.53	0.725

Alpha de Cronbach es 0,711 y Alpha de Cronbach estandarizado es 0,708. El Alpha de Cronbach global muestra la consistencia interna entre los ítems de la encuesta con una fiabilidad superior al 0,7 y dicha fiabilidad se mantiene analizando los Alpha de Cronbach de cada ítem, puesto que no mejora de manera significativa si se elimina alguno de ellos.

() Entre paréntesis aparecen las desviaciones típicas.as en cuanto al sexo o la edad.

Por último, se ha llevado a cabo un análisis de la encuesta final realizada a los alumnos (Tabla 3). Los resultados obtenidos nos han permitido confirmar que la actividad propuesta a través de Twitter ha aumentado el interés por la asignatura y su preparación (3.833 de media en escala de Likert de 1-5) y que han permitido que entendiesen mejor los contenidos del curso (media 3.458 en escala de Likert de 1-5). También hemos constatado que los alumnos se sienten comprometidos con pronunciarse en las redes sobre la importancia de la fiscalidad (media 3.229 en escala de Likert de 1-5), aunque todavía hace falta impulsar más este tipo de actividades para conseguir un mayor impacto sobre compañeros y amigos y que su entorno se interese por los aspectos fiscales (media 2.917 en escala de Likert de 1-5). Además, con las nuevas dinámicas que se han incorporado en el curso, los alumnos se han comprometido más con sus compañeros, tanto en el trabajo en equipo como a la hora de comunicarse en el aula con los compañeros y

profesores, favoreciendo las dinámicas en el aula (media 3.129 de media en escala de Likert de 1-5).

Los resultados de la encuesta final que se presentan en la Tabla 3 también nos permiten confirmar que, aunque solo ligeramente, los alumnos han aumentado su preocupación por el fraude fiscal y sus implicaciones para todos los ciudadanos (3.879 de media en escala de Likert de 1-5) y se han sentido cómodos con la realización de las actividades al poder realizarlas en horarios flexibles (3.969 de media en escala de Likert de 1-5). Un factor de interés para llevar a cabo las actividades en las redes es que, tal y como indicaban en la encuesta inicial, tienen facilidad para usar las redes y además consideran que con estas actividades han aumentado sus competencias digitales (3.292 de media en escala de Likert de 1-5).

En la encuesta final se incluyeron dos preguntas importantes que aparecían en la encuesta inicial y que nos permitían valorar cómo habían desarrollado su moral tributaria al finalizar el curso. En primer lugar, se les volvió a preguntar si estarían de acuerdo en aumentar las tasas universitarias un 5% para favorecer a compañeros que se encontrasen por debajo del umbral de pobreza, y en este caso comprobamos que se obtiene un resultado más alto que en la encuesta inicial (3.833 de media en escala de Likert de 1-5). Aún es más relevante el resultado con relación a si ellos avisarían si, por un error, no se les hubiese aplicado esa subida cuando fuesen a pagar. En esta pregunta también aumenta el resultado de manera sensible (3.146 de media en escala de Likert de 1-5), por lo que constatamos que las actividades realizadas sí parecen haber contribuido a mejorar esta percepción del cumplimiento fiscal. Aunque este resultado no se deba en exclusiva a las actividades realizadas en las redes, es un resultado importante sobre la relevancia de nuestra asignatura tanto a nivel formativo como por su impacto en su ética profesional y compromiso social.

Tabla 3: Resultados promedios en la encuesta final de los alumnos (escala Likert 1-5)

Preguntas	Total	Alpha de Cronbach sin el ítem
¿Crees que las actividades realizadas en Twitter han motivado tu interés por la asignatura y su preparación?	3.833 (1.226)	0,820
¿Los artículos y actividades realizadas en Twitter te han permitido entender mejor los contenidos del curso?	3.458 (0.967)	0,830
¿Te ha parecido interesante participar en Twitter para pronunciarte sobre la importancia de la fiscalidad?	3.229 (1.276)	0,820
¿Has conseguido con tu participación en Twitter que otros compañeros o amigos se interesen por aspectos fiscales?	2.917 (1.069)	0,845
¿Entiendes mejor el problema del fraude fiscal y sus implicaciones para todos los ciudadanos?	3.879 (1.38)	0,859
¿Las actividades realizadas han favorecido el trabajo en equipo y las dinámicas en el aula?	3.129 (0.954)	0,819
¿Crees el uso de Twitter genera flexibilidad para la realización de actividades de la asignatura?	3.969 (0.954)	0,832
¿Han aumentado tus competencias digitales con la realización de estas actividades?	3.292 (1.32)	0,819
Supón que alrededor de 300 estudiantes de la Universidad se encuentran por debajo del umbral de pobreza y no tienen ingresos suficientes. ¿Estarías de acuerdo en que la universidad subiese las tasas un 5% para conceder ayudas a estos alumnos?	3.833 (1.136)	0,827
La universidad decidió aumentar las tasas anuales de matrícula en un 5%. Te das cuenta de que el 5% adicional no se agregó a tus tarifas. Eres el único consciente de este problema. ¿informarías del problema y realizarías el pago correcto de la matrícula?	3.146 (1.368)	0,834

Alpha de Cronbach=0,843 y Alpha de Cronbach estandarizado=0,845. el Alpha de Cronbach global muestra la consistencia interna entre los ítems de la encuesta con una fiabilidad superior al 0,7 y dicha fiabilidad se mantiene analizando los Alpha de Cronbach de cada ítem, puesto que no mejora de manera significativa si se elimina alguno de ellos.

() Entre paréntesis aparecen las desviaciones típicas

4. CONCLUSIONES

Con la experiencia presentada podemos concluir que la incorporación de herramientas como Twitter permite el desarrollo de las habilidades comunicativas y facilita el aprendizaje. La incorporación de actividades en redes sociales relacionadas con la asignatura de Régimen Fiscal de la Empresa ha ofrecido nuevas formas de interacción con los alumnos que han enriquecido el desarrollo de la docencia, permitiendo tratar aspectos del curso fuera del aula, lo que ha aumentado el interés por la materia. Los alumnos se han sentido más conectados con los contenidos a estudiar al ver su relevancia y actualidad. Ello ha hecho que el estudio de la asignatura fuese más profundo y significativo al ver su utilidad para entender y participar en el debate sobre los temas fiscales. La preparación del curso ha ido más allá del estudio para el examen, puesto que era un reto preparar la materia para participar con solvencia en las redes. A pesar de estos resultados positivos, somos conscientes de que debemos hacer un mayor esfuerzo para que la integración de esta actividad con los contenidos del curso sea más eficaz y conseguir que, en algunos casos, los alumnos no vean este tipo de actividades como algo con una transcendencia limitada que no se integra en su aprendizaje y en sus valores de forma significativa. También es importante que no les distraiga de la preparación en profundidad de la materia que cursan.

La participación ha sido importante y los estudiantes no nos han hecho partícipes de ninguna experiencia que haya sido insatisfactoria. Tampoco se han detectado problemas para el acceso a estas redes, bien por falta de conocimiento o dificultades tecnológicas. El nivel de participación en las redes ha sido diverso entre el alumnado. Algunos alumnos son más activos

que otros, pero, en general, se han comprometido con las actividades que hemos propuesto, y ha sido una gran satisfacción para los profesores comprobar la importante labor que han realizado tanto en el aula como a través de Twitter. Se ha conseguido crear nuevos espacios de comunicación y diálogo para los alumnos, que nos han enriquecido también a los profesores. A partir de la información que hemos obtenido en este sentido, un reto para el futuro es extraer la variedad de estilos de aprendizaje que conviven en el aula y la evaluación del comportamiento individual y colectivo del alumnado en estos nuevos entornos. También queremos en el futuro comparar los resultados obtenidos con los de otros cursos y grupos, estableciendo grupos de control para conseguir resultados que nos permitan valorar de una forma más adecuada la experiencia realizada.

Los alumnos han mostrado un mayor compromiso con adquirir una mayor cultura fiscal que les refuerce su responsabilidad ciudadana y la ética en el trabajo, siendo este uno de los resultados más importantes que encontramos en la encuesta final. Son valores que se van a poder trasladar a otros ámbitos de su vida futura tanto laboral como personal. Los alumnos han sido más conscientes de la importancia de la fiscalidad no solo en su futuro profesional, sino como ciudadanos que entienden la responsabilidad social que se logra al ejercer de forma adecuada nuestros deberes tributarios.

El uso de la red social de Twitter ha contribuido a generar conocimiento, a través de procesos de aprendizajes activos y colaborativos. Los alumnos han accedido a contenidos de gran actualidad sobre fiscalidad y han localizado también ellos información, analizándola con capacidad crítica para establecer la veracidad de los datos aportados. Es indiscutible la importancia de las TIC para transmitir de información y para dar un mayor protagonismo a los alumnos en su proceso de autoaprendizaje. Por supuesto, tampoco podemos obviar algunas de las desventajas que pueden tener estas herramientas como el hecho de que la participación masiva de todas las personas que quieran intervenir lleve a perder el control de la actividad de los alumnos, que hemos tratado de conseguir con la elaboración del informe Twitter y mediante su seguimiento continuado de las redes.

Un aspecto muy positivo que nuestros estudiantes han expuesto en clase es el hecho de que han sido más conscientes de que ellos deben ser agentes de cambio y participar activamente en la divulgación de una adecuada cultura fiscal, aunque este es un aspecto en el que debemos seguir trabajando porque, aunque han compartido y divulgado noticias y contenidos en las redes, todavía queda mucho recorrido para hacer más extensiva la transmisión de los contenidos y mensajes que elaboran para conseguir la transferibilidad de los conocimientos adquiridos a la sociedad consiguiendo el refuerzo de la responsabilidad ciudadana.

Otros aspectos que consideramos de gran valor son la mejora del clima y la participación en el aula. Tras intervenir en las redes, a muchos alumnos les es más fácil la interacción con los compañeros y los profesores en el aula. La incorporación de las redes sociales, en nuestro caso Twitter, al curso ha hecho que la comunicación en el aula sea más fluida y dinámica, además la participación de los alumnos se ha enriquecido con la información de actualidad a la que han accedido en las redes. Las actividades propuestas también han flexibilizado la preparación del curso, al poder realizarlas y acceder a la información de una forma ágil y sin restricciones de horarios.

Agradecimientos

Los autores desean agradecer a los participantes en las XV Jornadas sobre Docencia de la Economía y en el XXX Encuentro de Economía Pública los comentarios realizados a una versión inicial de este trabajo. También agradecen la financiación obtenida en el proyecto “Desarrollo de contenidos educativos digitales para generar impactos en el aprendizaje y fomentar la interacción en las clases de Régimen Fiscal de la Empresa” concedido por el Centro de Innovación Docente y Educación Digital (CIED) en la Convocatoria de Innovación Educativa de la Universidad Rey Juan Carlos del curso 2023/24.

REFERENCIAS

- Amhag L, Hellström L, y Stigmar M. (2019). Teacher educators’ use of digital tools and needs for digital competence in higher education, *Journal of Digital Learning in Teacher Education*, 35(4): 203-220.
- Cantón-Padilla R, Piedra-Muñoz L, Galdeano-Gómez E. y López-Expósito F. (2018). Educación y moral fiscal para adolescentes. *Revista e-pública*; 23: 45-68.
- Cornejo Álvarez JF, Parra y Encinas KL. (2016). Impacto de las redes sociales en los procesos de enseñanza aprendizaje de la educación superior pública. *Boletín Repide*. 5(11): 154-175.
- García-Suárez J, Trigueros C, y Rivera E. (2015). Twitter as a resource to evaluate the university teaching process. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*. 12(3): 32-45.
- Hortigüela D. y Pérez A. (2015). Uso de las redes sociales como elemento formativo en el aula: Análisis de la motivación del alumnado universitario. *Icono 14*. 13(2): 95-115.
- Islas Torres C. y Carranza Alcántar MD. (2011). Uso de las redes sociales como estrategias de aprendizaje. ¿Transformación educativa?. *Apertura*. 3(2): 1-15.
- Kist W. (2010). *The Socially Networked Classroom. Teaching in the NEW MEDIA AGE*. California: Corwin Press; 2010. Musgrave.
- Limas S.J. y Vargas G. (2020). Redes sociales como estrategia académica en educación superior: ventajas y desventajas. *Educación y Educadores*. 23(4): 559-574.
- Marín-Díaz V. y Cabero-Almenara, J. (2019). Las redes sociales en educación: desde la innovación a la investigación educativa. RIED. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*. 22 (2): 25-33.
- Marín-Díaz V, Vega-Gea E. y Passey D. (2019). Determinación del uso problemático de las redes sociales por estudiantes universitarios. RIED. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*. 22(2): 135-152.
- Martínez R, Cabezas A, Rodado M.C. y Delgado M.J. (2022). Tributación y discapacidad: una propuesta de análisis, en Ortega Gil M. (ed) en las Políticas Públicas en el siglo XXI: nuevos problemas, necesidades, retos y oportunidades, Madrid, Editorial Sínderesis.

- Merchán EJ, Mero K.V. y Mero C.R. (2018). Uso didáctico de las redes sociales en la educación superior. *Sinapsis*. 2(13):1-13.
- Montero de Géa C., Lara, I., Forés A. y Lara T. (2019). Cuando Instagram se coló en la universidad, visibilizando a los Invisibles. *RIDU: Revista d' Innovació Docent Universitària*; 11: 104-113.
- Núñez-Canal M., de Obesso M.M. y Pérez-Rivero C.A. (2022). New challenges in higher education: A study of the digital competence of educators in Covid times. *Technological Forecasting and Social Change*. 174: 121270.
- Sein-Echaluze M.L, Fidalgo-Blanco A. y Alves G. (2017). Technology behaviors in education innovation. *Computers in Human Behavior*. 100(72): 596-598.
- Welch B. y Bonnan-White J. (2012). Twittering to increase student engagement in the University classroom. *Knowledge Management & E-Learning: An International Journal*. 4(3): 135-152.
- Vázquez-Martínez A. y Cabero-Almenara J. (2015). Las redes sociales aplicadas a la formación. *Revista Complutense de Educación*. 26 (Núm. Especial): 253-272.
- Zhao Y., Sánchez M.C., Pinto A.M. y Zhao L. (2021). Digital competence in higher education: Students' perception and personal factors. *Sustainability*. 13(21): 12184.

The use of Twitter in the taxation classroom: tax culture and social responsibility

Abstract

This article describes the experience of teaching innovation carried out in the subject of Corporate Tax Regime of the Bachelor's Degree in Business Administration at the Universidad Rey Juan Carlos. Social networks are nowadays a tool for communication and learning, especially among young people, because they are a common means of information and interaction among them. Their incorporation into higher education allows the design of innovative teaching models that incorporate additional current resources and improve the fluency and interrelation between teachers and university students. From this approach, we have designed an innovative experience that aims to integrate the social network Twitter, in the development of this subject of taxation. The specific objective of this teaching practice has been to strengthen and complement the fiscal culture and civic responsibility of our students through the dissemination and analysis of current news on the role of the public sector as a tax collector and provider of public spending. Additionally, the proposed activities have fostered cooperative learning and a more participatory environment in the classroom. To assess the impact of this Twitter activity on learning and acquired values, students' activity on the networks was monitored and surveys were conducted at the beginning and end of the course.

Key words: Social Networks, Twitter, Fiscal Compliance, ICT, Citizen Responsibility.

JEL Codes: H26, H25, I30