

Artículo de investigación

EL USO DE FACEBOOK COMO APOYO EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA- APRENDIZAJE EN LA ASIGNATURA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Diego Felipe Astudillo Valverde¹

Recibido: 6 de abril de 2016

Aprobado: 25 de mayo de 2016

Cómo citar este artículo: Astudillo-Valverde, D. (2016). El uso de Facebook como apoyo en el proceso de enseñanza- aprendizaje en la asignatura Investigación de Mercados. *Agustiniana Revista Académica*, 10, 9-33.

Resumen. Las nuevas tecnologías han irrumpido en muchos aspectos de la cotidianidad y el acceso a internet se ha masificado en gran medida, siendo cada vez más fácil conectarse a esa nueva revolución en más lugares y más fácilmente; ante esto, la educación no ha sido ajena. El propósito de esta investigación fue estudiar la posibilidad de utilizar redes sociales virtuales como una herramienta más del proceso educativo. Para lograrlo, el estudio se realizó a través de una metodología exploratoria, cualitativa y experimental con dos grupos diferentes de estudiantes, con uno de los cuales se utilizó Facebook para comunicar parte del contenido de una asignatura, con el fin de verificar el efecto en el rendimiento escolar y así plantear la posibilidad de su uso en la educación. Se encontró una diferencia interesante entre los resultados obtenidos por ambos grupos; como resultado colateral se observaron varias diferencias en los comportamientos habituales de los estudiantes en la red, en comparación con el estilo de comunicación que utilizan en el aula de clase.

Palabras clave: redes sociales, educación superior, adolescentes, brecha generacional

¹ Administrador de empresas, especialista en neuromarketing y mercadeo de servicios y magíster en educación. Docente de tiempo completo de la Universitaria Agustiniana, Bogotá, Colombia. Correo electrónico: diego.astudillov@uniagustiniana.edu.co

USE OF FACEBOOK AS SUPPORT IN THE TEACHING-LEARNING PROCESS IN THE MARKET RESEARCH SUBJECT

Abstract. New technologies have broken into many aspects of everyday life and internet access has been largely massified, being increasingly easier to connect to this new revolution in more places, to which education has not been deprived of. The purpose of this research was to study the possibility of using online social networks as additional tools in the educational process, which was conducted through an exploratory, qualitative and experimental methodology with two different groups of students, in one of which Facebook was used to communicate some of the subject's contents, to verify its effect on school performance and thus raise the possibility of their use in education. An interesting difference in results was obtained in both groups. As a collateral result, several differences in the students' usual behavior on the network, compared to the communication style they use in the classroom were observed.

Keywords: social networks, higher education, adolescents, generation gap

Introducción

Una tendencia importante con la que estamos viviendo hoy en nuestra sociedad, y por ende nos está influenciando, se denomina la conectividad, lograda gracias a la red de redes: internet. El comercio, la industria, el turismo y el sector bancario, entre otros, están aprovechando este auge para llegar a donde antes era impensado y casi se podría hablar de omnipresencia de las empresas. De esta tendencia no se aleja por supuesto el sector educativo; por el contrario, esta orientación parece mostrar que es uno de los sectores que más está creciendo y aprovechando los espacios brindados por la red (Kennedy, 2006). En la actualidad existen herramientas y estrategias enfocadas a aprovechar la creciente demanda de educación en línea, las cuales son utilizadas por una gran cantidad de entidades educativas y alumnos, que han convertido este tipo de aprendizaje en un mundo dinámico que trae como consecuencia un giro importante en las metodologías utilizadas hasta hoy.

Esta misma tendencia ha generado el nacimiento de sitios denominados “redes sociales”, que están acaparando el tiempo y la atención especialmente del público joven. Dentro de este contexto existen razones para creer que no todo el contenido de internet es positivo: estudios como el de Karpinski y Duberstein (2009) tratan sobre la posible relación entre la deficiencia escolar y las redes sociales, por lo que es razonable profundizar en el tema, así como buscar alternativas nuevas que permitan aprovechar los espacios virtuales de una forma mucho más lúdica, para el beneficio de la comunidad educativa.

En el estudio de Karpinski y Duberstein (2009) se encontró que los estudiantes por dedicar más tiempo a socializar e interactuar en las redes sociales, específicamente en Facebook, dedican menos tiempo al estudio y por ende su promedio de calificaciones fue más bajo que los estudiantes que no se habían dado de alta en dicha red social. Encontraron una relación referente a que los estudiantes usuarios de Facebook tenían un promedio de calificaciones de 3,0 a 3,5, mientras que los que no eran usuarios tenían promedios entre 3,5 y 4,0, y a su vez que el tiempo dedicado al estudio difería radicalmente entre los usuarios y los no usuarios: mientras los primeros dijeron dedicar un promedio de una a cinco horas a la semana para estudiar, los segundos reportaron dedicar entre once y quince para el mismo fin.

Este contexto, junto a las cifras de acceso de internet y su uso en Colombia, hacen pensar que la influencia de las redes sociales en la educación pueden convertirse en un problema de grandes proporciones. Partiendo de ahí, surgió la siguiente inquietud: si los jóvenes pasan tanto tiempo conectados y en las redes sociales, ¿por qué no aprovecharlas como herramienta en el proceso educativo? Para precisar esta idea, en la primera etapa se tuvo que medir la eficacia de las herramientas y aplicaciones que poseen las redes sociales y su utilización a través de un estudio que permitió comparar si es cierto que los estudiantes que las utilizan para sus procesos educativos, pueden llegar a tener promedios más altos que los estudiantes que no las utilizan.

Tabla 1.
Tasa de penetración de usuarios a internet, América del Sur, 2015

Estadísticas de población y uso de internet para Suramérica, Noviembre 15, 2015					
Suramérica	Población (Estimado 2015)	% Población	Uso de internet 15-nov-2015	Porcentaje de población (penetración)	Crecimiento (2000-2015)
Argentina	43.431.886	10.6%	34.785.206	80.1%	1.291,4%
Bolivia	10.800.882	2.6%	4.214.504	39.0%	3.412,1%
Brasil	204.259.812	50.0%	117.653.652	57.6%	2.253,1%
Chile	17.508.260	4.3%	12.667.226	72.3%	620,8%
Colombia	48.203.405	11.8%	28.475.560	59.1%	3.143,2%
Ecuador	15.868.396	3.9%	13.471.736	84.9%	7.384,3%
Islas Malvinas	2.840	0.0%	2.800	98.6%	0%
Guyana francesa	253.511	0.1%	92.000	36.3%	4.500,0%
Guyana	735.222	0.2%	295.200	40.2%	9.740,0%
Paraguay	6.783.272	1.7%	2.916.807	43.0%	14.484,0%
Perú	30.444.999	7.4%	16.000.000	52.6%	540,0%
Surinam	579.633	0.1%	240.000	41.4%	1.961,3%
Uruguay	3.341.893	0.8%	2.209.000	65.8%	494,6%
Venezuela	26.457.369	6.5%	16.276.611	61.5%	1.613,3%
Total Suramérica	408.671.380	100.0%	249.291.302	61.0%	1.644,3%

Nota. Elaboración propia a partir de Fosk, (2015).

En este sentido, en marzo de 2015 Colombia tenía una tasa de penetración de internet del 59,4%, mientras que en el mismo mes del año 2011 esa tasa llegaba al 50,4%, lo que indica que aproximadamente veintidós millones de colombianos tenían acceso o se comunicaban a través de internet en ese año, mientras que en el 2015 ya lo tienen 28 millones de habitantes (tabla 1).

Todas estas cifras ofrecen una idea de la influencia que tiene internet como canal de acceso a la información en el país y que da origen al cuestionamiento acerca de la utilidad del contenido y en especial de las redes sociales para el proceso educativo. El reto en ese sentido sería entonces combinar la popularidad que está logrando Facebook, la mayor red social del planeta, con el proceso educativo, consiguiendo de esta manera aprovechar de una manera positiva el tiempo que los estudiantes permanecen interconectados para mejorar y hacer mucho más productivo el acceso a internet.

La investigación con la que se inició este artículo tuvo como finalidad principal verificar la utilidad de Facebook como herramienta de aprendizaje, particularmente en la asignatura Investigación de Mercados, para posteriormente analizar sus ventajas y desventajas como apoyo en los procesos educativos y de esta manera determinar cómo se pueden utilizar en la labor docente.

Se estableció que la investigación, primero, determinaría las funcionalidades de Facebook; segundo, aplicaría educativas a través de la red social para verificar si era eficiente para el proceso educativo; tercero, identificaría posibles nexos entre el tiempo de permanencia en la red social y el promedio de calificaciones obtenidas por los alumnos.

En ese contexto, se debe tener en cuenta que la amplia difusión que están logrando las redes sociales implica un reordenamiento en los comportamientos de las personas en muchos aspectos, por ejemplo el comportamiento social, el comportamiento como consumidor y por supuesto el comportamiento en el aprendizaje. Se buscó por lo tanto llegar a un consenso que determinara el real impacto de utilizar las redes sociales en la educación, centrando el estudio en la utilización de Facebook como herramienta del proceso educativo, para posteriormente ver la posibilidad de integrar otras redes sociales como Twitter, Pinterest, Instagram y Whatsapp, al proceso educativo.

La educación en la actualidad está sufriendo uno de los cambios más dramáticos que ha tenido a través de la historia. Un detallado análisis de la situación de la educación hecho por Cope y Kalantzis (2008) revela que, gracias a la evolución que están impulsando las nuevas tecnologías, se está dando una transformación profunda en el sistema educativo que se puede apreciar en los cambios que hay desde los libros impresos hasta la educación virtualizada, y todo lo que esto implica para los paradigmas educativos de la humanidad, vigentes por siglos. Tan solo este hecho está significando una alteración en la forma en que los procesos educativos se han venido dando y por supuesto esto implica una evolución en la forma en que los docentes se comunican con sus estudiantes.

En este contexto, la gran cantidad de contenido de todas las áreas del conocimiento que se encuentra hoy en día en la red hace que las perspectivas educativas sean muy amplias y combinadas con las bondades de la web 2.0, basadas en el intercambio de información y de datos, además del trabajo colaborativo, lo cual hace que los centros educativos tengan que replantear sus sistemas y programas para aprovechar el conocimiento que se encuentra en la gran diversidad de sitios disponibles para los estudiantes e investigadores. Por esta razón, las instituciones tienen que prestar especial cuidado a lo que se refiere a la producción de conocimiento, porque esta misma ventaja se puede convertir en un aspecto negativo cuando la calidad de la información que puede ser encontrada y compartida no cumple con requisitos de índole de veracidad, credibilidad y autenticidad (De Haro, 2010).

Otro punto a tener en cuenta radica en el nivel de acercamiento que puede lograr el estudiante al llegar a ser el constructor de su propio conocimiento gracias a todas las bondades descritas acerca de internet. Se puede afirmar entonces que se está

desarrollando una nueva propuesta educativa que es muy diferente a lo vivido hace tan solo unos años y es necesario entender a la tecnología como impulsora de esta evolución. No obstante este cambio de escenarios, la educación en línea debe seguir cumpliendo con unas funciones fundamentales que no se alejan de la educación tradicional (Castro, Corrales y Seas, 1999, p. 45-46):

- Propiciar la movilidad social dentro de la sociedad, ya que se le ofrece al individuo la posibilidad de variar su estado social.
- Elevar el nivel cultural de los ciudadanos.
- Capacitar social y culturalmente a los ciudadanos.
- Contribuir con el desarrollo económico del país.
- Formar mano de obra calificada de acuerdo con los requerimientos y avances tecnológicos.
- Estimular la transformación de la sociedad.

Educación e internet

La internet que se conoció con anterioridad fue señalada como 1.0; su principal característica era que se podía denominar como un grupo de páginas estacionales y rígidas, muy diferentes comparadas con las que actualmente ofrece la web 2.0. Con esta última, internet se transformó en un espacio de intercambio mucho más dinámico e indudablemente en un elemento de doble vía, donde la colaboración para formar y producir contenidos se ha hecho mucho más evidente. Al respecto, Hernández (2007) la define como un espacio democrático, de un trasfondo social, que sirve como una plataforma de aplicaciones colaborativas, herramienta de compartibilidad del conocimiento y con la facilidad de la personalización y la modificación de contenidos.

Sin embargo uno de los puntos más interesantes planteados es que es un instrumento de recolección de inteligencia colectiva. Esto significa la contribución y cooperación a distancia y hecha por diferentes individuos, lo que resulta de la amplia bidireccionalidad que tiene la web 2.0, así que “Internet ha pasado de ser un medio de comunicación bajo el modelo emisor-canal-receptor, y emula más al modelo circular de la conversación interpersonal, donde la retroalimentación es constante” (Hernández, 2007, p.32)

Por otra parte, la llegada de la portabilidad al conocimiento a través de las nuevas tecnologías de la información y telecomunicaciones y al unirse estas con las necesidades educativas pueden convertirla en una herramienta para el nuevo proceso educativo que se está viviendo. En este sentido, un informe de la National School Board Association (citado por Domínguez, García y Ruiz, 2007) trata la cantidad de información que se está manejando hoy en día a través de internet, así como la cantidad de información a

la que están expuestos los estudiantes en los países desarrollados, siendo esta mayor a la cantidad de información recibida por sus abuelos a lo largo de toda su vida.

Otra situación que se debe resolver con el advenimiento de internet es la convivencia de alumnos del siglo XXI con docentes del siglo pasado. En este sentido, Franco (2008) considera que este desnivel generacional causa problemas de comunicación, ya que, entre otras cosas, muchos jóvenes hasta han cambiado el lenguaje en sus actividades académicas. Por este motivo es importante entender que distanciarse de este fenómeno también distanciará al docente de sus alumnos, teniendo en cuenta que en toda relación comunicativa –y sobre todo si es larga como lo es la educación– está implícita la parte emocional, por lo que el acercamiento con los estudiantes puede ayudar a mejorar este proceso. En este sentido, las redes sociales pueden ayudar a mejorar la comunicación entre estudiantes y docentes.

Otro factor a tener en cuenta gracias a la globalización y al rápido crecimiento que ha tenido internet es el costo de la tecnología, tanto en equipos como en el valor del servicio, que ha disminuido de forma considerable, lo que a su vez facilita el acceso de todos los sectores económicos y sociales de los países. Esto se manifiesta también cada vez más en las instituciones educativas de todos los niveles escolares, donde ya se palpan cambios tecnológicos en las que antes eran aulas de pizarrón y tiza. González (2010, p. 53) al respecto señala que “si los computadores entran en las aulas, las líneas de datos también y una nueva ventana informativa se convierte en un referente educativo con el que ha de contar el profesorado en sus clases”.

Lo cierto es que hoy en día las llamadas redes sociales son los sitios más visitados en internet como lo comprobó ComScore, un sitio especializado en mediciones estadísticas de los hábitos y costumbres de navegación en internet. Uno de los grandes resultados de su estudio fue que Latinoamérica es la región con más rápido crecimiento en acceso a internet, sorpresivamente más que Norteamérica y Europa (Fosk, 2015). Consecuente con esto, Álvarez (2011), explica que si el estudiante se identifica con ese espacio y lo toma como suyo se acercará más a las actividades propuestas por el docente, lo que de inmediato convertirá este espacio en una importante herramienta que ambas partes podrán aprovechar al máximo.

Redes sociales en internet y la educación

En la actualidad en internet pueden existir infinidad de redes sociales de todo tipo, pero todas con la misma filosofía de reunir usuarios que tengan una característica en común, ya sea un interés particular o simplemente el querer permanecer en contacto con los amigos o compartir algún tipo de información.

Las redes sociales en internet se han convertido en un medio de comunicación excepcional que está ayudando a cambiar paradigmas; sobre todo en la educación se puede visualizar otra característica muy importante: “las redes son formas de interacción social, definida ésta última como un intercambio dinámico entre

personas, grupos e instituciones, en contextos de complejidad” (Carmona y Rodríguez, 2009, p.129). Ese intercambio dinámico se refiere a la permanente posibilidad de construcción de contenido entre los participantes de la red y esto se hace cuando se comparten experiencias, documentos, informes, fotografías, intereses o comentarios que retroalimentan, pero sobre todo por el hecho de poder compartir conocimientos.

Teniendo en cuenta este planteamiento, estos espacios creados por las redes sociales pueden establecer un acercamiento entre los docentes y los alumnos si existieran unas políticas que facilitaran esta aproximación. Se puede convertir entonces el docente en un facilitador del conocimiento, y consecuentemente es más fácil que cumpla con el papel de guía y se aleje del papel de reproductor de teorías, es decir, se facilita el concepto de ayudar a construir el conocimiento por parte de sus estudiantes. Similarmente se expresa Cabedo (2011) cuando explica que el papel del docente cambia radicalmente, pues pasa de ser transmisor a ser un apoyo para que el estudiante desarrolle competencias y mejore estrategias en su proceso educativo.

Paralelamente es muy posible que el estudiante desarrolle competencias investigativas y de comunicación que le ayuden o complementen su formación académica, dado que si quiere compartir información, debe desarrollar habilidades para su búsqueda y selección. Se puede establecer, por lo tanto, que internet y las redes sociales se pueden convertir una herramienta para los docentes, la cual bien aprovechada puede mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje (Carmona y Rodríguez, 2009).

Al respecto es muy acertado y cercano a la realidad que hoy se esta viviendo en Latinoamérica el pensamiento expresado por Valerio y Valenzuela (2011, p.669), cuando dicen “ El papel de los profesores y las universidades no es bloquear a los alumnos el acceso a las redes sociales, sino entender su naturaleza para encontrar la manera de sacarles el máximo provecho”. Esa conjunción, telecomunicaciones, docentes y alumnos, cuando está bien desarrollada, logra transformar el proceso educativo para tener mejores resultados.

Por otra parte, aunque el estudio de Karpinski y Duberstein (2009) es muy negativo, también se han encontrado utilidades que pueden ayudar a cambiar el concepto de que Facebook es solo para el tiempo ocioso. Como lo describe Rivera (2011) a través de su experiencia utilizando Facebook en sus clases 2010-2011, la comunicación entre alumnos y docentes cambia radicalmente, entre otras cosas porque el nativo digital tiene una característica muy particular y es que psicológicamente está preparado para la inmediatez en todo lo que tenga que ver con tecnología. Quiere resultados rápidos, quiere conexiones rápidas. Es impaciente y exigente, no entiende de demoras en el funcionamiento de los artículos tecnológicos y siempre busca estar conectado.

Los centros educativos por lo tanto se deben adaptar al nuevo profesional que la sociedad está requiriendo; esto obliga a que se modifiquen los métodos tradicionales de enseñanza, tal como lo considera Piñeiro (2011) cuando sugiere que hay una nueva demanda de profesionales por parte de la sociedad y plantea que la educación se puede beneficiar con el uso de la web 2.0., ya que el estudiante mejora destrezas

como la búsqueda y selección de la información y, por ende, manejará métodos de publicación y transmisión de la información. Otra de las ventajas de la utilización de las redes sociales en los procesos educativos es la mejora en la comunicación, pues permiten comunicarse con un grupo grande de estudiantes, lo que no se podría hacer presencialmente (Prato y Villoria, 2010).

La utilización de las redes sociales, específicamente Facebook, se convierte en una herramienta que siendo menos rígida para el estudiante, brinda la oportunidad de conocer las diferentes necesidades educativas de los estudiantes en su medio natural, el espacio donde a diario entran a relacionarse con los que consideran sus amigos, lo que sin duda les dará más confianza de expresarse y comunicar sus ideas. En este sentido, establecer unos canales de comunicación fuertes y eficaces puede resultar de gran ayuda para el proceso educativo, dado que cuando hay unos vínculos positivos, la transmisión del conocimiento resulta ser más eficaz (Zabala, 2001).

Metodología

Para llevar a cabo esta investigación se escogió el método de exploración cualitativo porque se pretende dar una explicación a una realidad social desde una perspectiva externa y objetiva. En este contexto, las técnicas cualitativas utilizadas fueron una etnografía virtualizada, un experimento con diseño preexperimental basado en la comparación de un grupo estático y una encuesta posevaluación. Un aspecto importante de este tipo de investigación es que permite la subjetividad, debido a que hay una realidad por descubrir o construir y no por conocer (Hernández, Fernández y Baptista, 2011), y ese es el aspecto que fundamenta esta investigación.

Teniendo en cuenta que las características del estudio se prestaron para que la investigación se realizara con una metodología cualitativa que proporcionó la información necesaria para resolver los objetivos planteados, el tipo de estudio realizado se basó en las técnicas de la etnografía, ya que entre otras cosas se buscó acercarse al comportamiento natural de los estudiantes en las redes sociales y de esta manera entender cómo influye el entorno de internet en su rendimiento, proporcionándoles herramientas para tal fin.

Como el objeto de investigación tenía que ver con la interacción de los estudiantes en internet, y específicamente en las redes sociales, se utilizó una técnica conocida como etnografía virtualizada (Ardévol, Bertán, Callén y Pérez, 2003), basada en el estudio de las prácticas sociales en línea, ya que esta técnica permite percibir la internet no solo como un medio de comunicación, sino también como una herramienta diaria que sirve como punto de encuentro. La etnografía virtualizada, aplicada a los foros planteados en el grupo de Facebook que se creó para tal fin y para la población seleccionada, permitió conocer de primera mano cómo los estudiantes cambian su nivel de participación y el lenguaje que normalmente utilizan para ello, diferentes a los que muestran en las clases presenciales. Ardévol, Bertán, Callén y Pérez

(2003) señalan que esta técnica cualitativa tiene una gran ventaja al explicar que la interacción social y la comunicación a través de un computador es relativamente fácil, sin embargo anteriormente no se tenía en cuenta el factor social y cultural fuera de la web, por lo que tener la oportunidad de hacer esta comparación amplió el concepto de la utilización de las redes sociales.

Adicional y paralelamente se llevó a cabo la comparación de los avances y aprehensión de los conocimientos en los dos grupos que recibieron una asignatura similar en su contenido curricular, a pesar de ser de dos carreras profesionales diferentes. Posteriormente estos grupos fueron medidos y comparados a través de las calificaciones que obtuvieron; los factores de medición se basaron en la calidad y profundidad de sus respuestas en un tema específico relacionado con la investigación de mercados donde se pretendía comparar el nivel de entendimiento y comprensión de los contenidos de la asignatura y a su vez identificar el nivel de aceptación por parte de los estudiantes a utilizar Facebook como herramienta de estudio. Para esta parte de la investigación y su posterior análisis se utilizó moderadamente la estadística básica (Hernández, Fernández y Baptista, 2011) siguiendo con el enfoque cualitativo de la investigación. En tal sentido se hicieron algunas operaciones aritméticas básicas como el promedio de las calificaciones y su comparación sin que esto implique convertir la investigación en cuantitativa.

En esencia, para esta parte de la investigación y para apoyar al etnografía virtualizada, se hizo un experimento, consistente en que el investigador manipula algún elemento de la investigación denominado variable explicatoria, independiente o experimental, para observar el efecto de esa modificación sobre la denominada variable dependiente. (Gates y McDaniel, 2005). Para el caso, se manejó la hipótesis de que los estudiantes que se apoyan y trabajan contenido propio de las asignaturas a través de redes sociales, específicamente Facebook, obtienen mejores calificaciones que los que no utilizan esta red social.

A este tipo de investigación también se le denomina investigación causal porque puede determinar si la intervención de una variable puede causar el cambio en la otra variable. En este caso la variable independiente fue la modificación de la forma de interactuar con los estudiantes del grupo de Mercadeo quienes participaron de un grupo cerrado en Facebook donde se podía interactuar y complementar los temas vistos presencialmente. Por su parte la variable dependiente se representó por el resultado obtenido por este mismo grupo al finalizar el periodo académico. Es decir, las calificaciones obtenidas deberían depender del cambio en la forma de interactuar y compartir la información correspondiente a la asignatura.

En este contexto y para que el experimento fuera válido, Gates y McDaniel (2005) sugieren que se debe cumplir con tres condicionantes propias de este tipo de investigación:

- **Variación concomitante:** Es la relación estadística predecible entre dos variables; el grado en el cual la posible causa y el posible efecto ocurren en forma simultánea. En el caso de estudio si hubo una dependencia entre las dos variables relacionadas

y se refiere al rendimiento académico, relacionado con la influencia ejercida y recibida por la red social. En este caso la correspondencia fue de carácter positivo, es decir al modificar las condiciones de interacción con los estudiantes a través de Facebook hubo un cambio positivo en la forma en que ellos se hacían partícipes de los temas de la clase.

- Orden de ocurrencia adecuado en el tiempo: El orden de ocurrencia adecuado en el tiempo se refiere a que para considerarla como causa probable de una variable dependiente, una variable independiente debe ocurrir antes que un cambio observado en la variable dependiente. En el caso de estudio se cumplió con esta condición ya que la variable independiente que en este caso fue la modificación de la forma de interactuar con los estudiantes del grupo de Mercadeo se dio antes de obtener los resultados y la comparación de las calificaciones de los estudiantes. Es decir, el resultado observable se daba posterior a la interacción en la red social. De hecho, el proceso para llevar a cabo la integración del grupo a través de Facebook se llevó a cabo en varias etapas porque algunos estudiantes no tenían perfil en Facebook o porque poco lo utilizaban. El primer paso consistió en la apertura del grupo en Facebook denominado “Investigación de mercados”. Posteriormente los alumnos se fueron integrando a dicho grupo y luego de estar todos se abrió un foro de discusión que sirvió de prueba piloto. A lo largo del periodo académico se les compartieron artículos, información del curso como fechas y comentarios de los parciales y finalmente se realizó la prueba postevaluación para conocer la opinión de los estudiantes acerca de la experiencia.
- Eliminación de otros factores causales posibles: Se refiere a demostrar que la modificación de la variable dependiente, es decir, los resultados de las calificaciones de los estudiantes, no se debieron a un factor diferente a la variable independiente. Hasta este punto de la investigación existía una relación y un orden de ocurrencia adecuado pero se debía al máximo verificar que el cambio de la variable dependiente no fuera causado por un factor extraño o diferente a la variable independiente, por lo que era muy importante el diseño de los instrumentos para la medición y posterior triangulación de resultados. Por ejemplo el nivel de exigencia debía ser el mismo para los dos grupos para eliminar la presión de participar obligadamente a través de las herramientas de Facebook y de igual manera las evaluaciones realizadas a los dos grupos debían ser las mismas para no sesgar la información y que las condiciones para ambos grupos fueran las mismas.

Para el estudio se utilizó un diseño pre experimental de tipo comparativo con un grupo estático, en el que se emplean dos grupos de tratamiento, uno (grupo experimental) que fue el grupo de mercadeo y el que utilizó las herramientas de Facebook y estuvo expuesto al procedimiento, mientras que el otro grupo (de control) no. En síntesis lo que se hizo fue comparar el grupo experimental con el grupo de control tal como lo sugieren Gates y McDaniel (2005) con la siguiente representación simbólica:

Grupo experimental	x	o_1
Grupo de control		o_2

El efecto del tratamiento se estima como $o_1 - o_2$ por lo que la diferencia entre el grupo experimental y el grupo de control fue el resultado después de la aplicación de las herramientas e instrumentos de la investigación. En ningún momento se utilizaron herramientas ni técnicas cuantitativas aparte de la diferencia porcentual entre los dos grupos mencionados.

Para lograr la participación activa de los dos grupos, el de control y el experimental, se debió solicitar la autorización tanto de la institución como de los mismos estudiantes como requisito de validez del estudio.

El grupo de estudiantes de Mercadeo fue elegido como el grupo experimental ya que todos los integrantes tenían perfil activo en Facebook y aceptaron ser parte del estudio, mientras que los estudiantes de Administración en un porcentaje alto no quisieron trabajar con dicha herramienta debido a una experiencia anterior con otro profesor que al parecer no fue muy estimulante ni beneficiosa para ellos.

Para el grupo experimental se abrió un espacio en la red social Facebook única y exclusivamente para compartir contenido referente a la asignatura Investigación de Mercados I. Este contenido inicialmente estuvo conformado por artículos de otras páginas de internet referentes al mercadeo, preguntas de discusión y foros en los que los estudiantes podían participar de una forma voluntaria y sin compromiso de sus calificaciones. Esto se hizo con el fin de no alterar las variables del diseño experimental en el sentido de que no debía haber variables extrañas que afectaran el resultado final, en este caso la obligatoriedad de la participación de los estudiantes.

Posteriormente se empezó a hacer preguntas en el espacio en Facebook referentes a la materia; a manera de foro se indagó la opinión de los estudiantes con un tema específico de la Investigación de Mercados y un estudio de un caso que funcionó a manera de prueba piloto. Esta etapa fue la denominada tratamiento, donde se aplicó o modificó el aspecto a investigar en la variable independiente.

A continuación se procedió a realizar la evaluación al grupo de control, al que no se le modificó la forma de impartir el contenido de la asignatura para medir la aprehensión de los conocimientos adquiridos. Posterior a esto se evaluó con las mismas preguntas al grupo experimental para obtener la calificación de los estudiantes, teniendo en cuenta que habían visto un contenido muy similar a los del grupo de control.

Finalmente las notas promedio de cada grupo se compararon y se obtuvieron los resultados que analizan en el capítulo siguiente.

Posteriormente al finalizar el semestre se aplicó la encuesta postevaluación ya que en este momento ya se podía indagar por la experiencia realizada a lo largo del periodo. Esta encuesta solo se le aplicó al grupo experimental.

Por otra parte la población escogida para la investigación tuvo las características que se requerían para cumplir con los objetivos planteados en cuanto a particularidades demográficas, geográficas, de utilización de las redes sociales y psicológicas.

La población objeto de la investigación estuvo conformada por 2 grupos de estudiantes de la Universitaria Agustiniiana sede Venecia de las carreras profesionales de Administración de Empresas y Gerencia de Mercadeo. Ambos grupos en el momento del estudio se encontraban cursando tercer semestre y las asignaturas en las que estaban matriculados y fueron evaluados eran Fundamentos de Investigación de Mercados para los de Administración de Empresas e Investigación de Mercados I para los estudiantes de Mercadeo.

El grupo de Administración de Empresas estaba conformado por 24 alumnos: 9 hombres y 15 mujeres entre los 18 y los 32 años; el de Mercadeo estaba compuesto por 12 alumnos, 8 mujeres y 4 hombres entre los 17 y los 37 años.

Ambos grupos pertenecen a la jornada nocturna y en su mayoría son empleados en diferentes empresas. De los alumnos del grupo de Administración de Empresas, 6 de ellos se encontraban desempleados, mientras que de los del grupo de Mercadeo todos trabajaban en el momento del estudio, aunque es de anotar que una alumna trabajaba en un negocio familiar ubicado en su domicilio.

La Universidad está ubicada en un sector considerado popular de la ciudad de Bogotá y el nivel socioeconómico mayoritariamente de los estudiantes está en el nivel medio-bajo por lo que se pensaba que podría ser un factor influyente para el acceso a internet, pero en realidad el nivel de conectividad de la ciudad ha crecido gracias a las facilidades que dan las empresas que brindan este servicio y no fue un factor determinante que afectara la investigación.

El proceso llevado a cabo para escoger la población y para poder comparar de una manera más objetiva a los grupos, se hizo teniendo en cuenta los contenidos curriculares de ambas asignaturas, siendo estos bastante similares permitiendo de esta manera que la comparación de las calificaciones obtenidas fuera imparcial, justa y equitativa; este aspecto permitió eliminar la posible variación instrumental ya que se evaluó de la misma manera a los dos grupos. En la Tabla 2 se caracteriza la población investigada.

Tabla 2.
Resumen datos de la población

	Administración de Empresas	Gerencia de Mercadeo
Asignatura	Fundamentos de Investigación de Mercados	Investigación de Mercados I
Mujeres	15	8
Hombres	9	4

Desempleados	6	0
Total de alumnos	24	12
Edad	Entre 18 y 32 años	Entre 17 y 37 años

Nota. Elaboración propia

Resultados

Análisis de datos.

El procedimiento utilizado para el análisis de datos de la etnografía virtualizada fue asignar unas categorías que permitieran la observación, teniendo en cuenta que esta técnica está basada en la etnografía normal. En este sentido se debía obtener la información a través de la interacción y comportamiento de los participantes en el estudio para lograr la reflexión desde la perspectiva del observador. Para lograr esto se determinaron cuatro categorías esenciales a observar:

- La motivación
- La comunicación
- Los aportes
- Tiempo/frecuencia de repetición

Para el análisis de los datos del diseño pre experimental basado en la comparación con un grupo estático se utilizó una triangulación de los datos obtenidos al finalizar el periodo académico que estaban constituidos por las calificaciones individuales y el promedio de cada uno de los grupos. Estos datos se compararon con la información obtenida en la observación etnográfica.

Para comparar las calificaciones de los estudiantes se utilizó el promedio simple de las calificaciones obtenidas a lo largo del semestre, calificaciones registradas en la coordinación académica de la Universitaria Agustiniiana. Hernández, Fernández y Baptista (2011) sugieren que un uso moderado de la estadística no implica un enfoque cuantitativo en la investigación, por lo que la información obtenida sirvió para realizar un análisis cualitativo.

En cuanto al análisis de la encuesta postevaluación, se hizo un análisis cualitativo de las respuestas ya que estaba diseñada únicamente para conocer la opinión de los estudiantes después de haber realizado el experimento y algunos aspectos relacionados con los hábitos de navegación en internet.

Resultados de la observación etnográfica.

Esto buscaba comprobar el comportamiento natural de los estudiantes en las redes sociales y de esta manera entender cómo influye el entorno de internet en el rendimiento de los estudiantes proporcionándoles herramientas para tal fin. Bien es sabido que los individuos no actúan de la misma manera al sentirse observados por lo que la observación al ser realizada en un lapso de tiempo considerable de tiempo, permitió el estudio de las conductas sin generar la reactividad descrita.

En esta parte de la investigación se pudo observar que algunos de los estudiantes que en las clases presenciales poco participan, en Facebook fueron más expresivos y ésta es una de las ventajas que conlleva la web 2.0 y tiene que ver con esa doble vía de la información a la que ya están acostumbrados los estudiantes quienes frecuentemente interactúan a través de chats y para ellos es normal este tipo de comunicación. Sin embargo es un aspecto a tener en cuenta porque esa dualidad del comportamiento puede tener orígenes psicológicos y habría que profundizar en este aspecto estudiando más el comportamiento individual en internet de los estudiantes.

Por otra parte se pudo observar que los estudiantes se convirtieron en constructores de conocimiento y por iniciativa propia montaron en la red material concerniente a algunos temas que se iban hablando en clase. Esto concuerda con lo expresado por Hernández (2007), cuando se refiere a que internet, en este caso Facebook, se puede convertir en un espacio democrático, de un trasfondo social, que sirve como una plataforma de aplicaciones colaborativas, herramienta de compartibilidad del conocimiento y con la facilidad de la personalización y la modificación de contenidos. Tal fue así que algunos estudiantes en clase expresaban su opinión y sintieron la necesidad de apoyar sus ideas con material que compartieron en el espacio que fue utilizado por el grupo experimental para tal fin. Como lo dice el citado autor, internet se vuelve un instrumento de recolección de inteligencia colectiva. Para facilitar y categorizar los diferentes aspectos observados se establecieron ítems para poder describir la información recabada en la Tabla 3 de la siguiente manera:

Tabla 3.
Detalle categorías de la observación etnográfica

Categorías	Detalles de la observación
Motivación	Los estudiantes se mostraron motivados con excepción de un estudiante que manifestó su poco gusto por la utilización de las redes sociales en general, sin embargo posee perfil activo en Facebook y participó de las actividades académicas. En general se puede afirmar que la participación fue buena y se notó la motivación para investigar y compartir material adicional a las clases lo que ayudó a complementar ideas y conocimientos.

	<p>Se generó un foro donde los estudiantes polemizaron y dieron a conocer su opinión sobre un caso de estudio específico de mercadeo que está diseñado para opinar y formar criterio. Se puede afirmar que los estudiantes estaban normalmente motivados porque podían aprovechar parte del tiempo que habitualmente permanecen en Facebook para realizar trabajos académicos.</p>
<p>Comunicación</p>	<p>Fue interesante el cambio en los estudiantes que presencialmente poco participan pero que por el medio tecnológico lo hacen de una manera diferente. Se notó un amplio respeto por las opiniones de los demás compañeros y con el tiempo se olvidaron de la rigidez inicial y se convirtió en un ambiente más al estilo de los estudiantes. La utilización del lenguaje común para chatear se vio en una pequeña proporción, es decir el uso de abreviaturas para acortar las palabras. Se complica la corrección de la ortografía porque se corre el riesgo de avergonzar al estudiante en un espacio donde todos los compañeros tienen acceso y esto puede generar temor a participar posteriormente. Fue una buena herramienta para incentivar la buena redacción ya que debían hacer un esfuerzo adicional para expresar la idea que tenían en mente. Se estructuraron mejor las frases y adquirieron vocabulario propio del mercadeo.</p>
<p>Aportes</p>	<p>Es importante ver como los estudiantes se motivan a buscar material concerniente a lo que se habla en clase y gracias a la facilidad de subir videos, por ejemplo de Youtube, compartieron recursos que para ellos fueron interesantes. Esto generó una acción adicional en ellos y es saber que en otras redes sociales pueden encontrar una gran cantidad de material complementario que les puede ayudar a comprender mejor los diferentes contenidos de las asignaturas. Se notó el interés por encontrar material que fuera de valor para todos.</p>
<p>Tiempo/frecuencia de repetición</p>	<p>El promedio de repetición del número de participaciones fue medio y se puede mejorar con la aplicación de más recursos que ya ofrece Facebook para los docentes. Hubo estudiantes que participaron más por la presión social de sus compañeros y solo se limitaron a los trabajos puestos en el recurso.</p>

Nota. Datos recabados por el autor

Resultados por grupo.

Los grupos participantes en la investigación estaban conformados por estudiantes de tercer semestre de la Universitaria Agustiniense sede Venecia de Bogotá, pertenecientes a las carreras de Mercadeo y Administración de Empresas. Como grupo de control se tomó a los estudiantes de Administración y el grupo experimental fue el de Mercadeo.

La comparación de los grupos se basó en la medición académica en cada uno de los cortes durante el periodo de estudio y la variación entre el grupo de control y el grupo experimental fue la base para la interpretación. En esencia para esta parte de la investigación la técnica que se utilizó fue un experimento cuyas características principales radicaron en la manipulación de la variable independiente o experimental, para observar el efecto de esa modificación sobre la denominada variable dependiente (Gates y McDaniel, 2005). Para la investigación efectuada se determinó que la variable independiente fuera el cambio en la forma de interactuar con los estudiantes del grupo de Mercadeo, (grupo experimental) a quienes parte del contenido de la asignatura se les impartió a través de Facebook. Por otra parte la variable dependiente fue el resultado obtenido en la comprensión y aprehensión de conocimientos por parte de este grupo, es decir, las calificaciones obtenidas dependían del cambio en la forma de entregarles la información correspondiente a la asignatura.

Las calificaciones obtenidas por los estudiantes fueron registradas en los instrumentos diseñados para tal fin y luego se obtuvo el promedio simple por grupo.

Tabla 4.
Registro calificaciones grupo experimental

	Mercadeo grupo experimental	Documento de identidad	1er corte	2do corte	3er corte	Nota final
1	Cárdenas Bernal Lidia Esperanza	23623201	39	38	32	36
2	Cuca Cruz Leidy Viviana	1033747106	36	20	33	30
3	Domínguez Cubides Dilian Viviana	52759893	44	41	41	42
4	Fonseca Sosa Ruth Helena	1032441454	39	37	31	35
5	Hernández Suarez Deysy Yoana	1022391540	42	44	42	43
6	Martínez Urrea Franky Yesith	1031148607	42	41	39	41
7	Melo Waldurraga Yineth Rocío	1023905979	32	38	30	33
8	Murcia Ambrosio Renson Arturo	79846227	43	39	41	41
9	Pedraza Carreño Carlos Arturo	1012366884	40	38	37	38
10	Rativa Fonseca Luz Janeth	1032457997	39	39	40	39
11	Sarmiento Huérfano Angie Lorena	94102713596	40	31	41	38
12	Vargas León Jhon Alexander	80049167	44	39	41	41
	Nota promedio		40	37	37	38

Nota. Elaboración propia

Tabla 5
Registro calificaciones grupo experimental

	Administración de Empresas grupo control	Documento de identidad	1er corte	2do corte	3er corte	Nota final
1	Acero Torres Nayibe	1022378592	39	38	32	36
2	Acosta Iván Ricardo	79662636	44	44	46	45
3	Amarís Rodríguez Dagoberto	1022370834	40	34	30	34
4	Amézquita Garnica Ángel Mauricio	1026554406	23	20	20	21
5	Barón Diana Carolina	1024510348	30	38	26	31
6	Castillo Morato Sindy Lorena	1010199613	45	43	32	39
7	Cely Ochoa Sebastián David	1022380376	43	21	32	32
8	Fonseca Lache Oscar Andrés	79973959	42	45	44	44
9	López Castillo Maricela	53128848	45	38	42	42
10	López González Yennifer Alejandra	1030622233	44	28	42	38
11	Mahecha Amaya Ivonne Tatiana	1019007645	24	21	30	26
12	Mendoza Moreno Edward Julian	80056976	43	41	38	40
13	Mendoza Serrano Viviana Marcela	1032368098	22	36	35	31
14	Mora Arteaga Yamile	1022348527	32	36	34	34
15	Neisa Herrera Yina Paola	52934690	40	35	32	35
16	Niño Arenas Leidy Nathalia	1031151481	45	39	29	37
17	Restrepo Romero Patricia	51937605	43	45	46	45
18	Rios Martínez Jahiro Esteban	80853679	38	36	41	39
19	Rojas Peralta José Samuel	1013627664	33	10	10	17
20	Roncancio Mendoza María Alejandra	1013641514	45	43	46	45
21	Soto Acosta Luisa María	1022393534	42	36	20	31
22	Téllez Cruz José Alfredo	80259373	45	32	44	41
23	Torres Arroyave Luisa Fernanda	1094889931	42	38	36	38
24	Narváez Carolina		0	0	0	0
	Nota promedio		39	35	34	36

Nota. Elaboración propia

Tabla 6
Conformación de los grupos de la investigación

	Alumnos	1er corte	2do corte	3er corte	Definitiva
Nota promedio grupo de control	24	39	35	34	36
Nota promedio grupo experimental	12	40	37	37	38

Nota. Elaboración propia

En la tabla 6 se puede observar la composición de los grupos, así como los promedios simples de las calificaciones obtenidas a lo largo del semestre. Se pudo determinar una diferencia en el promedio de la nota definitiva de los dos grupos que aparentemente no es significativa en la escala de calificaciones utilizada por la universidad que es de cero (0) a cinco (5), pero al convertir esa diferencia en variación porcentual se tiene un resultado muy interesante. La desviación llega a un 5,56% en la nota definitiva a favor del grupo experimental. Analizando corte por corte también se puede ver una progresión positiva de la variación causada por la caída de las calificaciones del grupo de control y la estabilización de las notas del grupo experimental.

En la tabla 7 se pueden observar los valores porcentuales de la variación:

Tabla 7.
Variación porcentual de las notas de los grupos de control y experimental

	1er corte	2do corte	3er corte	Definitiva
Nota promedio grupo de control	39	35	34	36
Nota promedio grupo experimental	40	37	37	38
Variación porcentual	2,56	5,71	8,82	5,56

Nota. Elaboración propia

En la tabla 7 también se puede observar que la tendencia de la variación porcentual de los promedios de las notas es a crecer y aunque el grupo experimental se estabilizó en los dos últimos cortes se puede deducir que este grupo tuvo un mejor desempeño a lo largo del periodo académico y esto resultaría tanto de la participación extracurricular en la red social, como en la mejor comprensión de los diferentes temas tratados ahí.

Resultados de la encuesta postevaluación.

Para analizar y comprender más el pensamiento de los estudiantes con respecto a la utilización de Facebook, se realizó una encuesta cuyo objetivo era conocer de primera mano cómo habían percibido la experiencia de utilizar la red social en su plan educativo.

Para ellos se diseñó un cuestionario sencillo que fuera respondido de manera anónima para evitar la presión de que sus respuestas fueran conocidas o valoradas a nivel personal. Esto les dio la libertad para expresar sus pensamientos y los resultados concuerdan con el nivel de participación que tuvieron en el grupo creado en Facebook y con las estadísticas de navegación expuestas anteriormente. El cuestionario contenía preguntas de control y preguntas enfocadas al objeto de la investigación cuyo análisis se detalla en la Tabla 8:

Tabla 8.
Consolidado encuesta postevaluación

1. ¿Cuánto tiempo semanal considera que le dedica a navegar en internet?	La mayoría de respuestas hablan de más de 15 horas semanales. Sólo una persona expresó que navegaba 6 horas a la semana.
2. ¿Cuánto tiempo diario considera que le dedica a navegar en internet?	Esta respuesta debería ser equivalente a las respuestas dadas en la pregunta anterior. La mayoría de respuestas hablan de más de 2 horas diarias, llegando dos personas a navegar 4 horas diarias. Sólo la persona que dijo que navegaba 6 horas semanales dijo que lo hacía eventualmente 20 minutos y no todos los días.
3. ¿En qué lugar suele conectarse a internet?	Sólo una persona manifestó que se conecta en café internet, la misma persona que no navega más de 6 horas a la semana. El resto lo hacen desde la casa y eventualmente en el trabajo
4. ¿Es usuario habitual de Facebook?	Sólo dos personas manifestaron que no son usuarios habituales de Facebook. El resto ingresa a diario y estas respuestas se relacionan con las de la pregunta 9
5. ¿En qué horario suele conectarse a Facebook?	Todos manifestaron que el horario en el que se conectan es en las noches, después de clases o después del trabajo.
6. ¿Cuál es el uso principal que le da a Facebook?	El uso básico es la comunicación, estar en contacto con los amigos, revisar qué hay de nuevo en su círculo social.
7. ¿Recuerda cuántos contactos tiene en Facebook? (pregunta de control)	Sólo una persona sabe cuántos amigos tiene en Facebook. Esta pregunta tenía una profundización y era si sabía el número y esa misma persona era la única que sabía exactamente cuántos contactos tiene en Facebook
8. ¿Usualmente sube fotos a Facebook? (pregunta de control)	Sólo una persona dijo que no compartía fotos a través de Facebook. Es la misma persona que manifestó que no suele usar la red social.
9. Cuanto tiempo dedica a navegar en Facebook	Esta pregunta tenía las opciones de respuesta en horas diarias y horas semanales. La persona que manifestó no utilizar Facebook dijo que permanecía una hora semanal. El resto están entre 7 y 25 horas semanales. El nivel de utilización de la red es considerable teniendo en cuenta que deben repartir el tiempo con las demás labores diarias. Hay estudiantes que dicen permanecer hasta 4 horas diarias en la red.

10. ¿Qué opinión tiene de usar Facebook para actividades académicas?	Una persona no está de acuerdo porque manifiesta “que para eso están las clases presenciales”. Sin embargo la persona que no utiliza Facebook está de acuerdo y manifiesta que “es un medio de comunicación que puede ser aprovechado para aprender”. Otros comentarios hablan de que “además de conectarse con los amigos puede servir para fines académicos por los foros”. Una persona declaró que “no es recomendable pues tiende a desconcentrarse mucho”. Otros comentarios fueron: “es una herramienta fácil”, “es bueno porque se pueden crear grupos afines y a través de ellos se pueden adelantar en las clases o recuperar las clases perdidas, discutir entre ellos mismos”. “Se facilita la interacción porque todos saben cómo manejar Facebook”. “No me parece porque Facebook se usa más para comunicarse con los amigos y no para trabajar”. “Me parece una buena herramienta ya que es una forma diferente de aprender”.
11. ¿Le gustaría utilizar más Facebook para actividades académicas?	Las opciones de respuesta eran SI o NO. De los 9 estudiantes que contestaron la encuesta, 3 dicen que no les gustaría usar Facebook para actividades académicas.
12. ¿Por qué?	Una de las personas que respondió que No a la pregunta anterior, dice que porque se desconcentra, la otra porque no cuenta con el tiempo para dedicarle a las actividades en la red y la persona no colocó razón.
13. Si respondió afirmativamente la pregunta 11, en qué actividades académicas cree que se podría utilizar Facebook?	Los que dijeron que Si tienen razones parecidas, por ejemplo porque es una forma fácil de comunicarse, porque tendría una razón más para visitar Facebook, por la facilidad de interactuar, porque se pueden recuperar clases perdidas, porque como mercadólogos tienen que estar al tanto de los avances tecnológicos y además facilita ver la opinión de los compañeros.
14. ¿Qué opinión tiene del ejercicio académico efectuado en el que se utilizó Facebook como herramienta del proceso educativo?	Sólo una persona manifestó que no fue de su agrado el ejercicio realizado. Es la misma persona que había expresado la falta de tiempo para dedicarle a Facebook. A los demás les pareció interesante el ejercicio porque tuvieron la oportunidad de interactuar con los compañeros e intercambiar ideas, discutir sobre temas de mercadeo sin embargo una persona a pesar de que le gustó el ejercicio, también manifestó que no asimila Facebook como herramienta de trabajo.

Nota. Datos recabados por el autor

Esta información complementaria fue de gran valor para comprender lo que los estudiantes piensan acerca de la utilización de Facebook como herramienta de aprendizaje ya que después de hacer la observación etnográfica se necesitaba un análisis de la opinión y el gusto por el experimento realizado.

Conclusiones

El impacto de la utilización de Facebook en el grupo experimental reflejó una diferencia con el grupo de control, la cual se pudo deber a diferentes variables encontradas a lo largo del experimento, pero que su vez dieron luces acerca de las posibilidades reales de esta herramienta en la educación y de la misma manera, cómo se podrían involucrar otras redes sociales al proceso educativo. Es de anotar que en esa ocasión se esperaba una diferencia mayor entre los dos grupos, pero lo que se encontró fue una disminución en el rendimiento académico del grupo de control lo que finalmente cambió las expectativas del estudio.

Se pudo concluir que aun los estudiantes no se adaptan totalmente a utilizar Facebook como herramienta de estudio y esto se puede deber a que la red está diseñada para interactuar socialmente, lo que genera distracciones debido a los hábitos de navegación que habitualmente tienen en dicha red social y a que todavía no se han desarrollado aplicaciones encaminadas a utilizarla académicamente. Sin embargo la funcionalidad de otras redes sociales puede permitir un uso más acorde al proceso educativo, como por ejemplo Pinterest.

La utilización de Facebook como herramienta de aprendizaje arrojó que las calificaciones del grupo experimental tuvieron una diferencia porcentual superior en 5,56% con respecto a las calificaciones del grupo de control, sin embargo es de anotar que buena parte de la diferencia puede radicar en que el grupo experimental estabilizó su rendimiento mientras que el grupo de control lo redujo.

También hay que resaltar el hallazgo de resultados que no se esperaban y en los que se debe poner especial atención como lo es la dualidad de personalidad que se puede encontrar el docente al interactuar con estudiantes poco participativos en las clases presenciales pero que a través de la red se expresan más y de una mejor manera. Este factor sin lugar a dudas es el que más se puede empezar a vislumbrar como el que más se puede aprovechar a través de la utilización de las otras redes sociales mencionadas.

Otro resultado inesperado en la investigación origen, fue el entusiasmo con que algunos estudiantes asumieron la participación en el espacio abierto para el experimento y aprovecharon para darle sustento a sus ideas, buscando material que apoyara sus planteamientos en clase y por iniciativa propia compartieron videos y artículos que eran de interés para todos. Igualmente la participación en los foros demostró que es posible abrir espacios interactivos dentro de esta red, lo que dio como resultado una serie de discusiones sanas que fomentaron la formación del criterio de los estudiantes y su sentido crítico ante las ideas de los demás.

Dados los resultados obtenidos se pudo recomendar el uso de Facebook como una herramienta adicional y de apoyo a las clases presenciales mas no como reemplazo definitivo de las mismas. Aun representa un espacio que tiende a la distracción de parte de los estudiantes, por lo que la recomendación estuvo encaminada a que Facebook fuera utilizado como un complemento que sí puede ayudar a comprender

algunos temas, pero sobre todo, a incentivar a los estudiantes a buscar elementos que ayuden a la explicación de los diferentes temas tratados en clase.

De igual manera se recomendó pensar en la utilización alterna de otras redes sociales tales como Twitter, Pinterest, Instagram y Whatsapp, las cuales ya están siendo utilizadas experimentalmente por algunos docentes e instituciones educativas.

Luego de analizar literatura referente, se puede concluir que hay dos posiciones con respecto a la utilización de las redes sociales como herramienta en la educación. En contra se dice que afecta el rendimiento escolar por el tiempo que se pasa en estas redes y a favor tiene la facilidad de comunicación entre los miembros y también las opciones de mejorar el trabajo colaborativo, además de la facilidad en el manejo que tienen los llamados nativos digitales. Sin embargo está en las manos de los docentes el saber aprovechar la creciente cantidad de instrumentos que puede utilizar para el proceso educativo y la correcta utilización de los mismos.

Referencias

- Álvarez, G. (2011). *Contenidos digitales para la educación: de los productos didácticos a los procesos de comunicación para el aprendizaje*. (Tesis de maestría). Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.
- Ardèvol, E., Bertrán, B., Callén, M. y Pérez, C. (2003). Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea. *Athenea digital* 3. Recuperado de <http://ddd.uab.cat/pub/athdig/15788946n3a5.pdf>
- Brunner, I., Godina, L., Perches, F., Peza, G. y Salazar, A. (2011). Aprendiendo el uso de nuevas tecnologías educativas: una experiencia de formación continua con educadoras del nivel preescolar. En M.S. Ramírez y J.V. Burgos (Coords.), *Transformando ambientes de aprendizaje en la educación básica con recursos educativos abiertos* (pp. 63-72). Ciudad de México: Tecnológico de Monterrey.
- Cabedo, R. (2011). Las redes sociales en el contexto formativo del siglo XXI. Educaweb.com. Recuperado de <http://www.educaweb.com/noticia/2011/01/31/redes-sociales-contexto-formativo-siglo-xxi-14569.html>
- Carmona, E. J. y Rodríguez, E. (2009). *Tecnologías de la información y la comunicación. Ambientes web para la calidad educativa*. Armenia: Ediciones Elizcom.
- Castro, J., Corrales, M. y Seas, J. (1999). *Informática educativa. Ampliando escenarios para el aprendizaje*. San José de Costa Rica: Eunod
- Cope, B. y Kalantzis, M. (2008). The Social web: Changing Knowledge Systems in Higher Education. En D. Epstein, R. Boden, R. Deem, F. Rizvi y S.Wright (Ed). *Geographies of Knowledge, Geometries of Power: Framing the Future of Higher Education* (pp.371-384). New York: Routledge.
- De Haro, J. (2010). *Redes sociales para la educación*. Madrid: Anaya Multimedia.

- Domínguez, D., García, L. y Ruiz, M. (2007). *De la educación a distancia a la educación virtual*. Barcelona, España: Ariel.
- Franco, J. (2008). *Educación y tecnología: solución radical. Historia, teoría y evolución escolar en México y Estados Unidos*. Ciudad de México: Siglo XXI editores.
- Fosk, A. (2015). ComScore. Futuro digital Latinoamérica 2015. Recuperado de http://www.comscore.com/es1/Press_Events/Presentations_Whitepapers/2012/Futuro_Digital_Latinoamerica_2015_Webinar#.T2-_J3wIoCM.twitter
- Gates, R. y McDaniel, C. (2005). *Investigación de Mercados (6ta edición)*. Ciudad de México: Thomson.
- González, E (2010). La prensa digital. Un recurso para educar en cibercomunicación con la actualidad mundial. En E.Said (Ed), *TIC, comunicación y periodismo digital. Tomo II. Escenarios de enseñanza y ciberperiodismo*. (pp. 51-71). Barranquilla, Colombia.: Ediciones Universidad del Norte.
- Hernández, P., (2007). Tendencias de Web 2.0 aplicadas a la educación en línea. No solo usabilidad. *Revista multidisciplinar sobre diseño, personas y tecnología*. Recuperado de <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/web2o.htm>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2011). *Metodología de la Investigación*. Ciudad de México: Mc Graw Hill.
- Internet World Stats. (2015) Internet Usage and Population in South America. Recuperado de: <http://www.internetworldstats.com/stats15.htm#south>
- Karpinski, A. y Duberstein, A. (2009). A Description of Facebook Use and Academic Performance among Undergraduate Students. Recuperado de <http://researchnews.osu.edu/archive/facebook2009.jpg>
- Kennedy, P. (2006). El malestar en la globalización. En J. Bindé (Ed.), *¿Hacia dónde se dirigen los valores? Coloquios del siglo XXI* (pp. 141-143). Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica.
- Murcia, J. (2004). *Redes del saber. Investigación virtual, proceso educativo y autoformación integral*. Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio
- Prato, L. y Villoria, L. (2010). *Aplicaciones web 2.0. Redes sociales*. Córdoba: Eduvim
- Piñeiro, T., (2011). De las destrezas digitales al aprendizaje autónomo: la puesta en marcha de una estrategia viral. En F. B. Cobo, G. Padilla y C. Salgado. (Coo.), *El reto del EEES en docencia e investigación en el área de los medios sociales*. (pp. 139-156). Madrid, España.: Visión libros.
- Rivera, B. (2011). Facebook, incorporación de la red social a los estudios universitarios en comunicación. En E. Calvo y M. E. Del Valle (Coo.), *Cambios en los modelos educativos en el EEES* (pp.7-20). Madrid, España.: Visión Libros
- Valerio, G. y Valenzuela, R. (2011). Redes sociales y estudiantes universitarios: del nativo digital al informívoro saludable. *El profesional de la información*, 20, (6). Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/bitstream/10760/16267/1/Informivoro.pdf>

- Valerio, G. y Valenzuela, R. (2011). Competencias informáticas para el e-learning 2.0. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia, RIED 14(1)*. Recuperado en: <http://www.utpl.edu.ec/ried/images/pdfs/volumen14-1/competenciasinformaticas.pdf>
- Wenger, E. (1998): *Communities of Practice: Learning, Meaning and Identity*. New York: Cambridge University Press
- Zabala, A. (2001). ¿Cómo enseñar? El análisis de la práctica educativa. En C. Lomas (Ed.), *¿Educar o segregar? Materiales para la transformación de la educación secundaria*. (pp. 61-77). Bogotá: Cooperativa Editorial Magisterio - Universidad Nacional de Colombia

