

# **Las redes sociales como recursos de gestión docente en Educación Superior. Caso: Carrera de Diseño Gráfico, ITSCO**

## **Social networks as teaching management resources in Higher Education. Case: Graphic Design Career, ITSCO**

## **As redes sociais como recursos de gestão docente no ensino superior. Caso: Carreira de Design Gráfico, ITSCO**

**Alejandro Javier Castillo Díaz<sup>1</sup>**

**Instituto Tecnológico Superior Cordillera**

[alejandro.castillo@cordillera.edu.ec](mailto:alejandro.castillo@cordillera.edu.ec)

**Lizeth Vanessa Guerrero Serrano<sup>2</sup>**

**Instituto Tecnológico Superior Cordillera**

[lizeth.guerrero@cordillera.edu.ec](mailto:lizeth.guerrero@cordillera.edu.ec)

*Fecha de recepción: 10 de agosto de 2022*

*Fecha de recepción evaluador: 06 de octubre de 2022*

*Fecha de recepción corrección: 22 de octubre de 2022*

---

<sup>1</sup> Magíster en Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional, Universidad de las Américas, Quito. Director de la Carrera Tecnología Superior en Gestión Estratégica de Redes Sociales del Instituto Tecnológico Universitario Cordillera, Quito. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7132-6265>

<sup>2</sup> Magíster en Gerencia Educativa, Universidad Metropolitana, Quito. Ingeniero en Diseño Gráfico. Directora de la Carrera Tecnología Superior en Diseño Gráfico del Instituto Tecnológico Universitario Cordillera, Quito. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2937-6485>

## Resumen:

El objetivo del presente estudio fue demostrar cómo el uso de las redes sociales en la Educación Superior, contribuyen al desarrollo e innovación curricular, mejorando el rendimiento académico de los estudiantes. Para ello se realizaron dos actividades con los estudiantes de la asignatura de Diseño Corporativo del ITSCO: una que fue entregada de manera física y otra que fue enviada a través de un grupo de la asignatura en Facebook. Tras un proceso de evaluación que incluyó criterios como la presentación, el dominio de contenidos, la expresión escrita, la gestión de la información, la creatividad y el trabajo en equipo, se visualizó que las redes sociales contribuyeron a mejorar en rendimiento académico y la calidad de los trabajos entregados. Se acepta, por tanto, que las redes sociales son herramientas de gran incidencia en el rendimiento estudiantil, ya que fomentan el aprendizaje colaborativo.

**Palabras clave:** Aprendizaje colaborativo, redes sociales en educación, diseño corporativo, tic para el aprendizaje, grupos de Facebook.

## Abstract

The objective of this study was to demonstrate how the use of social networks in Higher Education contributes to curricular development and innovation, improving the academic performance of students. For this, two activities were carried out with the students of the ITSCO Corporate Design subject: one that was delivered physically and another that was sent through a group of the subject on Facebook. After an evaluation process that included criteria such as presentation, mastery of content, written expression, information management, creativity and teamwork, it was seen that social networks contributed to improving academic performance and quality. of the jobs delivered. Therefore, it is accepted that social networks are tools with a great impact on student performance, since they promote collaborative learning.

**Keywords:** Collaborative learning, social networks in education, corporate design, ICT for learning, Facebook groups.

## Resumo:

O objetivo deste estudo foi demonstrar como o uso das redes sociais no Ensino Superior contribui para o desenvolvimento e inovação curricular, melhorando o desempenho acadêmico dos alunos. Para isso, foram realizadas duas atividades com os alunos da disciplina de Design Corporativo da ITSCO: uma que foi entregue fisicamente e outra que foi enviada por meio de um grupo da disciplina no Facebook. Após um processo de avaliação que incluiu critérios como apresentação, domínio do conteúdo, expressão escrita, gestão da informação, criatividade e trabalho em equipa, verificou-se que as redes sociais contribuíram para melhorar o desempenho acadêmico e a qualidade dos trabalhos

entregues. Portanto, aceita-se que as redes sociais são ferramentas com grande impacto no desempenho dos alunos, pois promovem a aprendizagem colaborativa.

**Palavras-chave:** Aprendizagem colaborativa, redes sociais na educação, design corporativo, TIC para aprender, grupos no Facebook.

## Introducción

El proceso de enseñanza-aprendizaje ha experimentado cambios radicales en los últimos años. La concepción tradicional del docente, comúnmente definido como un transmisor de conocimientos, ha sufrido grandes transformaciones. El rol actual de los educadores es ser guías que, a través de los entornos virtuales y las prácticas, faciliten la generación de saberes apoyándose en diversos modelos de aprendizaje. Y uno de estos modelos es el aprendizaje colaborativo, en donde la responsabilidad del objetivo se comparte entre estudiantes y docente (Collazos, Guerrero, & Vergara, 2018).

Ecuador no es ajeno a esta realidad, razón por la cual las políticas educacionales se dirigen a la preparación de nuevas generaciones estudiantiles aplicando estrategias colaborativas. Estas políticas deben generar experiencias educativas que promuevan una adecuada convivencia y un desenvolvimiento social y ético de los estudiantes, con el fin de alcanzar objetivos dentro de la era de globalización, del conocimiento y de la información (Jiménez, 2009).

Para Arreaga (2015), el sector educativo genera gran interés para el desarrollo de metodologías digitales, ya que se favorece el aprendizaje colaborativo en espacios ajenos al aula. Es por ello que se plantea la revisión de métricas académicas, para visualizar si existe una mejora del rendimiento del alumnado al momento de generar interacción con el docente y su grupo de estudio. Se toma como referencia la rúbrica de evaluación de García (2014), quien propone la revisión de aspectos como presentación de portafolios, dominio de contenidos específicos, expresión escrita, gestión de la información, creatividad y trabajo grupal en el proceso de evaluación, todo esto basado en actividades de aprendizaje colaborativo.

## Marco Referencial

El aprendizaje colaborativo beneficia a los actores del proceso educativo desde la perspectiva académica, ya que permite cumplir los objetivos del aula a través de la construcción del conocimiento grupal. Además, esta construcción genera actitudes motivadoras, tanto en los estudiantes como en los docentes, mejorando el ambiente del aula y elevando la autoestima de los involucrados. Esto se encuentra muy en contraposición con la competencia que se puede generar si la actividad se dirige de manera tradicional. En el proceso colaborativo, cada individuo aprende más de lo que aprendería por sí solo gracias a la interacción del equipo (Guitert & Pérez-Mateo, 2013).

Según Guitert y Pérez-Mateo (2013), para que exista un verdadero aprendizaje colaborativo se debe orientar la actividad a la meta. Si se integran las TIC al proceso educativo, las aportaciones tecnológicas deben ir de la mano con la colaboración activa de los involucrados en diferentes grados, dependiendo de la actividad y el nivel de construcción de conocimiento requerido por parte de los estudiantes. El disponer de un

conjunto de herramientas tecnológicas facilita el proceso de interacción, pero también pueden existir limitantes, producto de la deslocalización geográfica.

Para ejemplificar el uso de las tecnologías de la comunicación en la educación, se puede mencionar el caso analizado por Tuzel y Hobbs (2017), en el que profesores de Estados Unidos y Turquía colaboraron para que estudiantes de séptimo grado interactúen entre sí en redes sociales con el objetivo de promover la comprensión cultural. Para los autores, comunicarse entre estudiantes saltando las barreras espacio temporales puede ser una idea transformadora. La comunicación se dio principalmente a través de textos escritos, imágenes y videos, lo que permitió un entendimiento del contexto, a pesar de las diferencias idiomáticas.

Para Muros, Aragón y Bustos (2013), la utilización de redes sociales en jóvenes está destinada a su propia búsqueda del placer y para satisfacer sus necesidades de comunicación. Un aspecto que resalta es la amplia predisposición de los usuarios para compartir fotografías, videos o actividades que realizan en sus vidas diarias con sus amigos como recursos para mantener activo su círculo de amistades.

Según Esnaola y Levis (2009), quienes analizaron los potenciales educativos en ciertos videojuegos sociales, esa búsqueda constante de interacción supone una oportunidad para docentes de abrir caminos alternativos para la enseñanza y la práctica de valores. Los casos analizados por los autores en estudiantes de secundaria probaron que recurrir a métodos interactivos y modernos en el proceso enseñanza-aprendizaje motiva al estudiantado a desarrollar nuevas competencias de la misma manera con la que aprenden un videojuego.

En base a lo descrito surge la pregunta ¿Cómo medir si el proceso enseñanza-aprendizaje genera el interés del estudiantado al ser aplicado en una red social? Tur Viñez y Rodríguez (2014) hablan del *engagement*, una métrica cuyo objetivo es evidenciar el grado de interacción, reproducción, reelaboración y producción de nuevos contenidos y así consolidar su vínculo emocional con la visión y los valores promovidos entre los seguidores de una página o un grupo con una publicación.

Otros autores han abordado también la incidencia que tiene Facebook en el rendimiento académico de los estudiantes. Cano y Villaizan (2017) pudieron concluir que existe una relación significativa entre el uso de Facebook para actividades académicas y el rendimiento de estudiantes de tercero y cuarto semestre de la facultad de Ciencias de Comunicación de la UNCP. Arreaga (2015) añade, además, que Facebook puede ser utilizada como herramienta educativa en la entrega de tareas debido a su versatilidad y adaptabilidad al ámbito académico.

Por lo antes descrito, en el presente estudio se abordan métricas de evaluación de rendimiento académico y de interés en la plataforma para verificar la existencia de índices que evidencien si la utilización de Facebook favorece la interrelación del docente con el alumnado en el proceso enseñanza-aprendizaje para la educación superior.

## Metodología

Se escogieron a los estudiantes de los tres paralelos de la asignatura Diseño Corporativo como sujetos de estudio. Esta materia es impartida a los alumnos de tercer nivel de la carrera de Diseño Gráfico del ITSCO y se destaca por tener componentes de trabajo práctico en aula y a través de TIC. Se tomó como referencia el aprendizaje colaborativo, para lo cual se generaron dos actividades grupales que correspondían a proyectos de segundo y tercer bimestre la asignatura.

### Actividad 1:

Se solicitó a los estudiantes que conformen grupos de hasta cuatro integrantes y se les planteó la creación de una marca asociada a los sectores tecnológicos y de entretenimiento. La actividad fue planificada para los meses de noviembre y diciembre de 2019 y tuvo un tiempo de ejecución de seis semanas. El entregable final fue un manual de identidad visual corporativa en formato físico (Bustamante, 2012) y correspondió al 50% de la nota del examen de segundo bimestre de cada estudiante, el cual se rindió durante el mes de enero de 2020.

### Actividad 2:

Para esta actividad, se solicitó a la directiva de curso la creación de un grupo en Facebook. A través de este grupo, se solicitó la entrega de un manual de manejo de marca en redes sociales. Para ello, se tomó como referencia la guía realizada por Rubio (2019), en donde se recalca sobre la importancia de la interacción y de la generación de contenidos de valor para lograr éxito y altas probabilidades de *engagement*. La ejecución de este trabajo fue planificada para los meses de enero y febrero de 2020 y tuvo, también, una duración de seis semanas.

Para la evaluación de estas actividades se analizó el desarrollo de competencias transversales y específicas que permitían evidenciar si se cumplieron los resultados de aprendizaje de la asignatura. Las competencias transversales deseadas para estas actividades fueron:

- Expresar correctamente las ideas
- Gestionar de manera adecuada y efectiva la información y el conocimiento mediante las TIC
- Integrar la ética, el respeto y la integridad como valores esenciales de la práctica profesional

- Trabajar responsablemente y en equipo de manera equitativa
- Motivar la investigación

Las competencias específicas (E) a desarrollar por el alumnado en esta asignatura son:

- Utilizar una terminología técnica de la asignatura.
- Aplicar modelos de programas prácticos.
- Elaborar manuales de marca contextualizados.
- Conocer procedimientos para ejecutar manuales.
- Interpretar y argumentar los resultados de los manuales expuestos.
- Analizar y aplicar estrategias para la realización de estas labores.

A continuación, se detalla la rúbrica propuesta por García (2014) que fue la base para la evaluación de estas actividades:

**Tabla 1: Rúbrica de evaluación de actividades**

<b>Criterios de calidad</b>		<b>Puntuación</b>
1.	Presentación de portafolios.	6% (15 puntos)
2.	Dominio de contenidos específicos	70% (175 puntos)
3.	Expresión escrita	7% (17,5 puntos)
4.	Gestión de la información.	5% (12,5 puntos)
5.	Creatividad y espíritu crítico	5% (12,5 puntos)
6.	Trabajo grupal y organización del tiempo	7% (17,5 puntos)
<b>TOTAL</b>		<b>100% (250 puntos)</b>

*Tomado de García, (2014) La evaluación de competencias en Educación Superior mediante rúbricas: un caso práctico.*

Para ponderar la calificación de cada trabajo, se estableció la media de la siguiente manera:

**Tabla 2: Ponderación de aportes**

$$T_p = \frac{C_1 + C_2 + C_3 + C_4 + C_5 + C_6}{100}$$

100

La fórmula descrita permitió determinar la valoración final de cada estudiante en una escala de 1 a 10.

**Tabla 3: Ponderación de notas en escala de 1 a 10**

250		10	
0-124	Suspenso	0-6,99	
124-174	Aprobado	7-7,99	
175-224	Notable	8-8,99	
225-250	Sobresaliente	9-10	

## Hallazgos

Para los resultados del presente estudio, se tomaron en cuenta únicamente a los estudiantes que realizaron las dos actividades propuestas, con el fin de verificar si hubo cambios. Por tanto, 91 estudiantes de los tres paralelos de tercer de la carrera de Diseño Gráfico del ITSCO, son las personas que se convierten en el universo de esta investigación.

**Tabla 4: Estudiantes por paralelo que realizaron las actividades**

Paralelo	Número	Porcentaje
A	25	27,47%
B	42	46,15%
C	24	26,37%
<b>TOTAL</b>	91	100%



Siguiendo la rúbrica de García (2014), se evaluaron diversos criterios de calidad para cada actividad como presentación, dominio de contenidos específicos, expresión escrita, gestión de la información, creatividad y espíritu crítico y trabajo grupal y organización del tiempo. Posterior a la evaluación de cada actividad, se realizó una escala a 10 puntos y se otorgó un criterio cualitativo que definía si el trabajo fue sobresaliente, notable, aceptable o suspendido. Como un primer acercamiento, para definir si existieron diferencias entre las dos actividades, se procedió a sacar datos de media, mediana y moda de ambos trabajos:

**Tabla 5: Estadísticos descriptivos de las actividades**

<b>Estadísticos</b>		<b>Actividad 1</b>	<b>Actividad 2</b>
N	Válidos	91	91
	Perdidos	0	0
Media		7.9605	8.6657
Mediana		8.4600	8.7000
Moda		3,45 <sup>a</sup>	8.70
a. Existen varias modas. Se mostrará el menor de los valores.			

Se puede apreciar que existen valores más altos de los tres estadísticos en la Actividad 2, que corresponde a la entrega a través de Facebook con respecto a la Actividad 1. Para definir si estos valores afectan a la evaluación cualitativa de las actividades, se presentan tablas de frecuencia:

**Tabla 6: Frecuencias de Actividad 1**

<b>Actividad 1</b>					
		<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Válidos	Sobresaliente	13	14.3	14.3	82.4
	Notable	48	52.7	52.7	68.1
	Aceptable	14	15.4	15.4	15.4
	Suspenso	16	17.6	17.6	100.0
Total		91	100.0	100.0	

**Tabla 7: Frecuencias de Actividad 2**

<b>Actividad 2</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Sobresaliente	30	33.0	33.0	95.6
	Notable	49	53.8	53.8	62.6
	Aceptable	8	8.8	8.8	8.8
	Suspense	4	4.4	4.4	100.0
	Total	91	100.0	100.0	

Se evidencia que en la Actividad 2 existen una mayor cantidad de notas Sobresalientes. Adicionalmente, se verifica que los porcentajes de trabajos reprobados bajaron del 17.6% al 4.4%, permitiendo visualizar una clara mejora al momento de utilizar Facebook como plataforma para recibir trabajos.

Previo al planteamiento de pruebas que permitan visualizar si existen diferencias significativas entre los resultados alcanzados por los estudiantes en las dos actividades, se ejecutan pruebas de normalidad de *Kolmogorov-Smirnov*. Para ello, se plantean dos hipótesis:

- Si  $Sig. > 0,05$  se acepta  $H_0$  (hipótesis nula) → distribución normal
- Si  $Sig. < 0,05$  se rechaza  $H_0$  (hipótesis nula) → distribución no normal

**Tabla 8: Prueba de normalidad de *Kolmogorov-Smirnov***

<b>Pruebas de normalidad</b>						
	<b>Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup></b>			<b>Shapiro-Wilk</b>		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Actividad1	.233	91	.000	.778	91	.000
Actividad2	.136	91	.000	.872	91	.000

a. Corrección de la significación de Lilliefors

Se descarta la hipótesis nula y se acepta que la distribución no es normal. Por tanto, se utilizó la prueba no paramétrica *U* de *Mann-Whitney* para verificar si existen diferencias significativas entre las dos actividades. Para ello, se establecieron las siguientes hipótesis:

- $H_0$  = El uso de Facebook no contribuyó a una mejora del rendimiento académico de los estudiantes de Diseño Gráfico del ITSCO en el periodo 2019 – 2020

- $H_1$ = El uso de Facebook contribuyó a una mejora del rendimiento académico de los estudiantes de Diseño Gráfico del ITSCO en el periodo 2019 - 2020.

**Tabla 9: Prueba de muestras independientes U de Mann-Whitney**

Estadísticos de contraste <sup>a</sup>	
	Notas
U de Mann-Whitney	2845.000
W de Wilcoxon	7031.000
Z	-3.646
Sig. asintót. (bilateral)	.000

a. Variable de agrupación: Actividad

La significación asintótica bilateral es menor a 0,05 en ambas variables, por lo que se rechaza la hipótesis nula. Se acepta que el uso de Facebook contribuyó a una mejora del rendimiento académico de los estudiantes de Diseño Gráfico del ITSCO en el periodo 2019 – 2020.

Finalmente, se procedió a verificar si la actividad realizada a través de Facebook generó interés y compromiso por parte de los estudiantes. Para ello se aplicó un cálculo del *engagement* con los estudiantes de los tres paralelos:

**Tabla 10: Cálculo del *engagement***

Número de estudiantes	Reacciones	Comentarios	Compartidos	Total Interacciones	<i>Engagement</i>
91	3	38	0	41	45.05

Se visualiza un nivel de *engagement* que supera ampliamente al 4%, por lo que se puede considerar un valor ideal. Se acepta, por tanto, que utilizar Facebook para la entrega de actividades en formato digital genera un alto compromiso y participación por parte de los estudiantes.

## Discusión

A través de los resultados evidenciados en el presente estudio, se acepta que el uso de Facebook contribuye a obtener mejores resultados académicos por parte de los estudiantes. Esto corrobora los apuntes de López de Madrid (2007), quien señala que usar las TIC en la gestión docente en el aula, aporta a un mayor a un mayor rendimiento estudiantil, al propiciar el aprendizaje colaborativo. Además, se visualizan otros factores que sustentan la utilización de redes sociales en el ámbito educativo para promover la innovación curricular.

Uno de estos factores es el *engagement*, conceptualizado como el compromiso y la participación activa por parte de usuarios con una marca, organización, persona, acción o mensaje (Tur-Viñes & Rodríguez, 2014). En el campo de las redes sociales, este indicador surge como producto de una relación directa entre las interacciones recibidas por un post con el número de seguidores de una página (Núñez, 2017). Un nivel ideal de *engagement*, es aquel que supera el 4%, es decir el porcentaje de públicos que emiten algún tipo de reacción ante una publicación dentro de un espacio web 2.0 (Barud, 2017). A través del estudio experimental realizado, se obtuvo un *engagement* del 45,05%, evidenciando un alto interés y participación de los estudiantes con la tarea.

En cuanto a la asignatura, se cumplieron los objetivos docentes, mediante la construcción del conocimiento de una manera dinámica. La interacción grupal mantuvo el interés de cada uno de los estudiantes elevando, también, su rendimiento académico, tal como se enuncia en el aprendizaje colaborativo (Guitert & Pérez-Mateo, 2013). Esto demuestra que la reinención de la educación debe estar focalizada a crear espacios que sean atractivos para los estudiantes, tanto para la enseñanza académica, como para la práctica de valores. Cuando el estudiante se encuentra motivado, se concentra en aprender e investigar nuevos contenidos (Esnaola & Levis, 2009).

Para este estudio, se presentaron y se explicaron las herramientas y las metodologías de aprendizaje, que fueron la base estructural para cumplir la meta docente y que trascendieron al concepto de cubrir el contenido de la asignatura. La aplicación del aprendizaje colaborativo, promovió que el conocimiento sea construido a través de la interacción, diversificando las experiencias y mejorando las habilidades grupales y de motivación. Con ello, se corroboran los apuntes de Guitert y Pérez-Mateo (2013), quienes detallan que, para que exista un verdadero aprendizaje colaborativo, la actividad debe estar orientada hacia la meta.

La integración de las TIC en la práctica del aprendizaje colaborativo es un factor que, conjugado con la planificación, facilita el cumplimiento del propósito educativo gracias a que el nivel de conocimiento es producto de la interacción entre estudiantes quienes, a su vez, pueden superar los limitantes geográficos. Para Guitert y Pérez-Mateo (2013), el aprendizaje colaborativo permite la adaptación a la red, puesto que aporta una retroalimentación en la actividad educativa.

La actividad fue aplicada a través de redes sociales, en este caso Facebook. Los resultados de la investigación, promueven la lectura de que las usabilidades de los medios sociales pueden ser diversas y de gran utilidad en entornos educativos. Esto, en la medida en que los públicos dejen de ser considerados únicamente receptores de mensajes y pasen a ser tomados en cuenta como parte fundamental en la construcción del proceso de comunicación (Sarmiento, 2017). El incremento de recursos tecnológicos, promueven la *bidireccionalidad* de las comunicaciones entre docente y estudiante.

Ya que las redes sociales han facilitado el acceso a conocimientos y han favorecido la interrelación de organizaciones con sus públicos, son evidentes sus grandes ventajas dentro del proceso educativo, ya que facultan la interacción entre docente y

estudiantes. Se propone la creación de grupos de clase en Facebook como una innovación educativa de gran importancia pues, a través de ellos, se fomenta el aprendizaje colaborativo. El fin es fortalecer el proceso de enseñanza-aprendizaje gracias al relacionamiento de los actores involucrados en una red social que cuenta con alta penetración y fácil entendimiento, debido a su amplia usabilidad.

## Conclusiones

A través de la presente investigación, se ha validado la hipótesis de que la utilización de Facebook aporta al mejoramiento del rendimiento de estudiantes de nivel superior de la carrera de Diseño Gráfico del ITSCO. Además, en función de los objetivos planteados, se formulan las siguientes conclusiones:

- Las grandes transformaciones tecnológicas de los últimos años, tienen un alto impacto en el entorno educativo. Docentes del siglo XXI, deben adaptar sus metodologías tradicionales a las tecnologías existentes, fomentado el espíritu colaborativo por parte del estudiantado. Esto favorecerá un mejoramiento del rendimiento académico y una dinamización en la construcción del conocimiento.
- Los medios facultan la creación de actividades creativas que fomentan el aprendizaje práctico y autónomo gracias al trabajo colaborativo. Para el presente estudio, se ha podido evidenciar el interés y la alta participación por parte de grupos de clase en Facebook, que se han visto comprometidos y motivados a mejorar su rendimiento académico a través de tareas entregadas por medio de esta red social.
- Estudiantes de los tres paralelos de tercer nivel de la carrera de Diseño Gráfico participaron en las actividades propuestas tanto en aula como a través de Facebook para la materia Diseño Corporativo. Se pudo evidenciar un alto índice de participación en las actividades y una buena recepción de las tareas. Logrando, en ambos casos, notas que, en su mayoría, superaron el mínimo necesario para aprobar.
- A través del planteamiento de cuadros comparativos, se pudieron evidenciar diferencias significativas en cuanto al rendimiento de los estudiantes a través de su actividad presentada por Facebook, con respecto a la que se entregó de manera física en aula. Las diferencias fueron particularmente notorias en cuanto a una disminución de estudiantes reprobados y un aumento de resultados sobresalientes al momento de utilizar a las redes sociales como herramientas para entrega de tareas. Se corrobora, nuevamente, que la utilización de Facebook en el proceso enseñanza-aprendizaje de educación superior favorece ampliamente el cumplimiento de objetivos de aprendizaje.

Como conclusión final, se acepta que los docentes deben incorporar a las redes sociales como parte de su metodología para la enseñanza. La interacción a través de medios digitales ha probado ser una herramienta de gran incidencia en el rendimiento estudiantil, ya que fomenta el aprendizaje colaborativo. Por tanto, las funciones del docente de modalidad presencial, deben ser redefinidas desde la propia planificación de su puesto de trabajo.

## Bibliografía

- Arreaga, J. (2015). *Facebook como herramienta educativa en la entrega de tareas escolares*. Quetzal Tenango: Universidad Rafael Landívar. Recuperado el 28 de julio de 2019, de [http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/09/Arreaga-Jose.pdf?fbclid=IwAR2I2so\\_2pZMq23HuXTKHhyPt9QGQ7qET4gbhAXLsikX6037iPP2t9Ijt90](http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/09/Arreaga-Jose.pdf?fbclid=IwAR2I2so_2pZMq23HuXTKHhyPt9QGQ7qET4gbhAXLsikX6037iPP2t9Ijt90)
- Barud, S. (30 de Junio de 2017). *Interacción en Facebook: ¿Cuáles son los niveles ideales?* Recuperado el 9 de Febrero de 2019, de Agora Pulse: <https://www.agorapulse.com/es/blog/interaccion-en-facebook-niveles-ideales>
- Bustamante, A. (2012). *Diseño de marca gráfica y creación del manual de identidad visual corporativa del proyecto "Cali de noche"*. Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. Recuperado el 2019 de julio de 28, de <http://red.uao.edu.co/handle/10614/7836>
- Cano, J., & Villaizan, L. (2017). *Uso del facebook y rendimiento académico de los estudiantes del 3ro y 4to semestre de la Facultad de Ciencias de la Comunicación*. Huancayo: UNCP, Universidad Nacional del Centro del Perú. Recuperado el 7 de 28 de 2019, de [http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4696/Cano%20LLanco%20-%20Villaizan%20Ubaldo.pdf?sequence=2&isAllowed=y&fbclid=IwAR0bxMrIsDMHYbU366f7Vjxz1N\\_8FfYcHAIMNq5HX3DgyBTWNqbK5oLMizg](http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP/4696/Cano%20LLanco%20-%20Villaizan%20Ubaldo.pdf?sequence=2&isAllowed=y&fbclid=IwAR0bxMrIsDMHYbU366f7Vjxz1N_8FfYcHAIMNq5HX3DgyBTWNqbK5oLMizg)
- Collazos, C., Guerrero, L., & Vergara, A. (2018). Aprendizaje Colaborativo: un cambio en el rol del profesor. *Depto de Sistemas. Facultad de Ingeniería Electrónica y Telecomunicaciones. Universidad del Cauca*. Recuperado el 3 de enero de 2020, de <https://users.dcc.uchile.cl/~luguerre/papers/CESC-01.pdf>
- Esnaola, G., & Levis, D. (2009). Videojuegos en redes sociales: aprender desde experiencias óptimas. *Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura*, 1(7), 265-279. Recuperado el 26 de Agosto de 2018, de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/58316>
- García, M. P. (2014). La evolución de competencias en Educación Superior mediante rúbricas: un caso práctico. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 17(1), 87-106. Recuperado el 27 de julio de 2019, de <http://dx.doi.org/10.6018/reifop.17.1.198861>
- Guitert, M., & Pérez-Mateo, M. (2013). La colaboración en la red: hacia una definición de aprendizaje colaborativo en entornos virtuales. *Teoría de la Educación. Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 14(1), 10-31. Recuperado el 3 de enero de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/2010/201025739004.pdf>

- Jiménez, K. (2009). Propuesta estratégica y metodológica para la gestión en el trabajo colaborativo. *Revista Educación*, 95-107. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/440/44012058007/>
- López de la Madrid, M. C. (2007). Uso de las TIC en la educación superior de México. Un estudio de caso. *7(7)*, 63-81. Recuperado el 27 de julio de 2019, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68800706>
- Muros, B., Aragón, Y., & Bustos, A. (2013). La ocupación del tiempo libre de jóvenes en el uso de videojuegos y redes. *Comunicar, Revista Científica de Educomunicación*, *XX(40)*, 31-39. Recuperado el 21 de Diciembre de 2018, de <http://dx.doi.org/10.3916/C40-2013-02-03>
- Núñez, V. (17 de Enero de 2017). *Fórmula para calcular engagement y CTR (plantillas)*. Recuperado el 3 de Enero de 2019, de Vilma Núñez: <https://vilmanunez.com/formula-engagement-redes-sociales-ctr/>
- Rubio, F. (17 de mayo de 2019). *Guía de Facebook 2019: Marketing y Estrategia para empresas*. Recuperado el 28 de julio de 2019, de Blog de Aula CM: <https://aulacm.com/estrategia-en-facebook/>
- Sarmiento, J. (2017). La influencia de la comunicación de marca en la actitud y en el comportamiento de los consumidores a través de los medios sociales. *3C Empresa*, *6(4)*, 12-28. Recuperado el 28 de Diciembre de 2018, de <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2017.060432.12-28>
- Tur-Viñes, V., & Rodríguez, R. (2014). Transmedialidad, Series de Ficción y Redes Sociales. El Caso de Pulseras Rojas en el Grupo Oficial de Facebook (Antena 3. España). *Cuadernos.info(34)*. Recuperado el 26 de Agosto de 2018, de [https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2014000100010&script=sci\\_arttext](https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2014000100010&script=sci_arttext)
- Tuzel, S., & Hobbs, R. (2017). El uso de las redes sociales y la cultura popular para una mejor comprensión intercultural. *Comunicar*, *XXV(51)*, 63-72. doi:<https://doi.org/10.3916/C51-2017-06>