

## RED SOCIAL UNIVERSITARIA PARA LA UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

### Autor

Beatriz Elena Marín Ochoa ([beatrize.marin@upb.edu.co](mailto:beatrize.marin@upb.edu.co))

Nathalia Acosta Vélez ([nathaliad.acosta@upb.edu.co](mailto:nathaliad.acosta@upb.edu.co))

### Título en inglés

University social network for Universidad Pontificia Bolivariana.

### Tipo de artículo

Artículo de investigación académica, científica y tecnológica.

### Eje temático

Tecnología educativa y redes sociales.

### Resumen

En una sociedad tan cambiante en el aspecto tecnológico como la nuestra, que transforma las maneras de ser y hacer en todos los campos de la ciencia, en sus formas de producción, distribución y socialización, es importante conocer también cómo esos cambios transversalizan el sistema educativo y explorar las posibilidades para innovar en esa área.

### Abstract

On a technologically changing society as ours, which shifts our ways of being and doing in every science field, on its production, distribution and socialization, it's important to know how this changes touch the educational system and explore the possibilities we have to innovate in that area.

### Palabras clave

Aprendizaje, móvil, plataformas, red, social, TIC, virtualidad.

### Key words

ICT, learning, mobile, network, platforms, social, virtuality.

### Datos de la investigación, a la experiencia o la tesis

Este artículo presenta los resultados de la investigación "Propuesta de red social universitaria para la Universidad Pontificia Bolivariana", inscrita en la Línea de Investigación de Sociedad de la Información y el Conocimiento del Grupo de Investigación en Comunicación Urbana (GICU) de la Universidad Pontificia Bolivariana.

### Traectoria profesional y afiliación institucional del autor o los autores

#### Beatriz Elena Marín Ochoa

Comunicadora Social - Periodista de la Universidad de Antioquia. Master en Comunicación y Educación y Magister en Iniciación a la Investigación en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona, España. Doctora en Comunicación y Periodismo, línea de Cyberperiodismo y lenguajes de la Universidad Autónoma de Barcelona, España.

### **Nathalia Acosta Vélez**

Comunicadora Social- Periodista y Especialista en Comunicación Digital de la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB).

### **Referencia bibliográfica completa**

Marín, B. y Acosta, N. (2014). Red social universitaria para la Universidad Pontificia Bolivariana. (Artículo de investigación académica, científica y tecnológica) Revista Q, 9 (17), 21, julio - diciembre. Disponible en: <http://revistaq.upb.edu.co>

### **Cantidad de páginas**

21 páginas

### **Fecha de recepción y aceptación del trabajo**

7 de agosto de 2014 – 12 de septiembre de 2014

### **Aviso legal**

Todos los artículos publicados en REVISTA Q se pueden reproducir en otros medios de comunicación sin ánimo de lucro, siempre y cuando se cite la fuente completa: tanto los datos del autor del artículo como de la publicación. En medios con ánimo de lucro se debe contar con la autorización expresa del autor; en tal caso se debe citar la fuente completa de la publicación original (incluyendo los datos del autor y los de la Revista).

\*\*\*

## **Introducción**

Debido a los cambios tecnológicos que se generan y que en la actualidad suponen nuevas formas de producción, distribución y socialización del conocimiento, se considera importante ahondar en formas de innovación en educación. Por ello surgió el interés en investigar sobre las redes sociales administradas por las universidades, dirigidas hacia su comunidad y con fines educativos, académicos y de construcción de conocimiento.

El término de redes sociales universitarias es empleado en este texto para diferenciar aquellas plataformas estructuradas y administradas por instituciones de educación superior, que están dirigidas hacia los estudiantes, profesores e investigadores y en ocasiones hacia un público mayor de la comunidad universitaria. Por redes sociales académicas, se entiende más allá de la definición aportada por Codina (2009), no aquellos *sites* destinados para la interacción entre investigadores de forma exclusiva, sino en un sentido más amplio, las redes de contactos que se forman a partir de los asuntos institucionales.

El alcance de esta investigación es exploratorio, buscando brindar aportes a la construcción de un aplicativo móvil en el cual tenga lugar una red social universitaria, que permita la socialización, intercambio de experiencias y conocimiento, entre estudiantes y profesores de la UPB. Para efectos de esta propuesta el público al que se encuestó pertenece a la sede Medellín, debido a que se trata de una fase inicial. Con esto no se descarta la posibilidad de extender la red a todas las seccionales y de incluir en su público objetivo tanto personal administrativo como padres de familia o público externo.

### *Panorama sobre conectividad uso de redes sociales en Colombia.*

En un informe sobre el consumo de Internet de los adolescentes en Colombia, realizado por World Stats en 2014, se señala que el 68% de los jóvenes en este país se conecta diariamente a Internet, de los cuales un 32% lo hace durante tres o más horas por día (Universia, 2014).

Un artículo de Enter.co de marzo de 2014, presentan las conclusiones principales de la tercera versión de Technology Tracker Colombia. Este es un estudio investigativo realizado por Ipsos-Napoleón Franco, Claro e Intel, que trata sobre los usos que los colombianos le dan a las tecnologías. Los resultados evidenciaron que el 80% de los encuestados accede a la red al menos ocasionalmente; el 59% del total de encuestados accede diariamente.

En el mismo estudio, un 72% manifestó tener un computador en casa y un 41.5% poseer un *smartphone* y un 20% *tablets*. Los resultados también arrojaron que casi todos los colombianos que usan redes sociales usan Facebook, pues representan un 97 de cada 100 usuarios de social media; siete de cada diez acceden de manera diaria (Enter.co, 2014).

Según la Corporación Colombia Digital (CCD), al 2013 el 40% de la población nacional tiene una cuenta en Facebook, más de 17 millones de colombianos, ocupando así el país la posición número 16 de mayor uso de esta red social en el ámbito mundial.

El periódico El Heraldo, en publicación de junio de 2013 posteo en su página web lo que ellos denominan un perfil del colombiano en redes sociales, en el cual un especialista en el tema, Mauricio González, cuenta su análisis al respecto. "Los jóvenes colombianos son más dados a utilizar estos canales para enviar y recibir mensajes entre amigos, seguir a artistas y famosos, compartir juegos, música y videos de actualidad." (El Heraldo, 2013); entre tanto, el experto afirma que los adultos están más orientados al uso de Twitter, para obtener información sobre noticias y demás temas de interés.

Todas las anteriores cifras permiten hacerse a una idea de las condiciones en las cuales se encuentran los usos de Internet y de redes sociales por parte de los jóvenes colombianos. Así, el panorama evidencia que la iniciativa de crear redes sociales educativas por parte de las universidades podría tener una buena acogida, pues se trata de dar un paso más en los cambios del dominante sistema educativo, en miras de adaptarse a la actualidad tecnológica, a los nuevos lenguajes y formas de comunicarse de los jóvenes estudiantes, aprovechando las nuevas costumbres y rutinas que estos tienen y redireccionándolas en beneficio de su desarrollo y formación.

### *Las redes de aprendizaje o learning network service*

Son entornos virtuales de aprendizaje que buscan el desarrollo de competencias de sus integrantes a través de actividades colaborativas como: intercambio de experiencias y conocimiento; creación de grupos de trabajo, de foros, congresos; recibir ayuda en cuanto a dudas y satisfacer necesidades de otros (Sloep y Berlanga, 2011, p.55).

Los recursos con los que se trabaja en este tipo de espacios los provee quien administra la red pero se complementan gracias a la recomendación por parte de los integrantes, quienes

responden a una solicitud explícita por parte de un participante que necesita ayuda en algún asunto o actuando de manera espontánea. El aprendizaje de este tipo de plataformas surge especialmente por el apoyo o asesoramiento que ofrecen los compañeros, generando así un aprendizaje recíproco.

Para el diseño de este tipo de redes Sloep y Berlanga (2011) sugieren una creación conjunta, donde participan las opiniones de todas las partes interesadas, deben trazarse unos objetivos a conseguir con dicha red, analizarlos y conocer la tecnología con la que se contará para su desarrollo. Luego pensar en los posibles problemas que podrían surgir en la práctica y establecer soluciones; determinar la naturaleza del conocimiento que se quiere generar y la organización de ese proceso de aprendizaje, si es formal o informal, mixto; quiénes se encargarán del mantenimiento de la red; si los participantes se conocen o no presencialmente con anterioridad determinará aspectos importantes; decidir si el acceso a la plataforma será abierto al público o privado.

En cuanto a los participantes que integrarán la red es importante segmentarlos, en caso de que se piense otorgar tipos de accesos diferenciados, conocer su grado de alfabetización digital y si tienen o no experiencia de participación en espacios similares. Dichas redes de aprendizaje son cada vez más comunes en las redes sociales, buscando satisfacer necesidades de aprendizaje de miembros de una misma institución o de diversos actores que convergen para la colaboración.

### *Redes sociales-educación*

De Haro (2010), hace un estudio minucioso sobre las redes sociales y su uso educativo, nos muestra cómo son usadas estas por las universidades, en especial las españolas, y señala la diferencia entre lo que son redes sociales estrictamente hablando, aquellas que sí permiten una interacción entre personas, y aquellas que no como Flickr, Youtube o Slideshare. Específicamente menciona que la función de las redes sociales así como lo son Facebook o la plataforma Ning, es diferente de otras como por ejemplo aquellas basadas en microblogging como Twitter. Las primeras son las más adecuadas para su uso educativo. La siguiente figura (Imagen 1) nos muestra las denominadas redes sociales auténticas (De Haro, 2010, p.6):

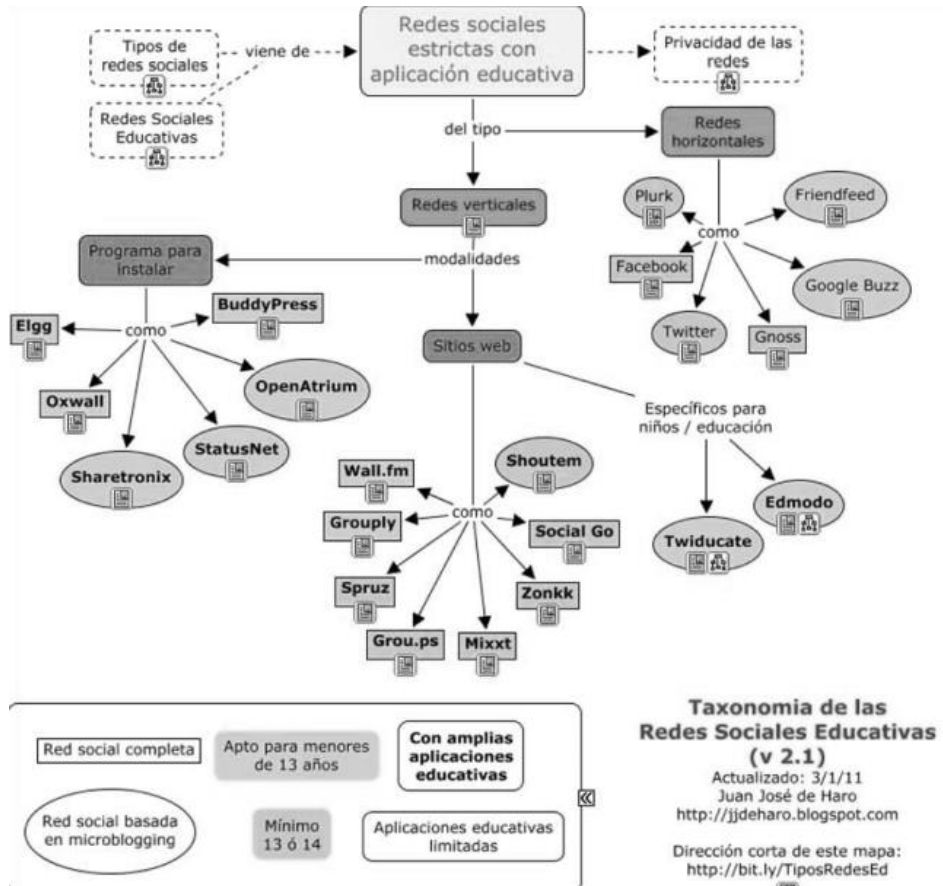


Figura 1. Redes sociales estrictas con aplicación educativa. Tomada el 4 de marzo de 2014 de <http://bit.ly/TiposRedesEd>

De Haro (2009), menciona que las redes sociales son la herramienta perfecta para tener montones de profesores en un mismo lugar sin que eso represente un caos Y así “se favorece la incorporación generalizada de las –Tecnologías de la Información y la Comunicación- TIC en los centros educativos, algo que ya se está empezando a producir en algunos de ellos.” (De Haro, 2009, p.8).

También señala que la utilización de las redes sociales con fines enteramente educativos aparece muy poco en el ámbito preuniversitario, presentándose de manera aislada en la educación superior y mayormente para cursos específicos -no programas completos- formados por la iniciativa del profesor y sus alumnos.

Es importante señalar la diferencia entre las redes sociales educativas, aquellas que han sido creadas para la interacción entre profesores y alumnos, y las redes sociales académicas, que son redes exclusivas para investigadores y expertos.

Codina (2009), expone el término ciencia 2.0 como sinónimo de redes sociales académicas, planteando que la Web 2.0 en el terreno de la ciencia permite potenciar su comunicación y colaboración gracias a las redes sociales. Como también puede aportar nuevas formas de evaluar

los artículos científicos.

Codina (2009) menciona que los miembros de la academia, tanto profesores e investigadores, como estudiantes de máster y doctorado, pueden beneficiarse de este tipo de redes académicas: sobre todo aquellos que busquen promocionar sus investigaciones y encontrar redes de colaboración. De igual manera Valenzuela (2013) considera importante el uso de las características de redes sociales académicas, pero en este caso mezcladas con las propias de las redes sociales educativas, en la población universitaria.

Se reitera que en este texto la expresión redes sociales académicas asume un sentido más amplio, refiriéndose a las redes de contactos que se forman alrededor de temas institucionales y educativos entre alumnos, profesores, investigadores e incluso personal administrativo; administradas por instituciones de educación superior y dirigidas a su comunidad. A continuación se comparte un listado de las experiencias encontradas en universidades iberoamericanas y estadounidenses:

Tabla 1. Redes sociales de universidades y estudiantes. Elaboración propia.

País	Comentarios
España	Coordina: Universidad de Vigo Nombre del <i>site</i> : SocialWire Dirección: <a href="https://www.socialwire.es/">https://www.socialwire.es/</a>
	Coordina: Universidad de Sevilla Nombre del <i>site</i> : US 2.0 Dirección: <a href="https://web20.us.es/">https://web20.us.es/</a>
	Coordina: Universidad de Salamanca Nombre del <i>site</i> : Babel Dirección: <a href="https://babel.usal.es/">https://babel.usal.es/</a>
Colombia	Coordina: Universidad Nacional Abierta y a Distancia Nombre del <i>site</i> : UNAD Social Dirección: <a href="http://social.unad.edu.co/">http://social.unad.edu.co/</a>
México	Coordina: Universidad de Guanajuato Nombre del <i>site</i> : Buzzler Dirección: <a href="https://redsocial.ugto.mx/buzzler/">https://redsocial.ugto.mx/buzzler/</a>
Estados Unidos	Coordina: University of Maryland Nombre del <i>site</i> : TerpNet Dirección: <a href="http://umaryland.emtsocialnetwork.net/">http://umaryland.emtsocialnetwork.net/</a>
	Coordina: Milwaukee School of Engineering (MSOE) Nombre del <i>site</i> : MSOE Hub Dirección: <a href="http://www.msoe.edu/community/">http://www.msoe.edu/community/</a>
	Coordina: Atlantis University Nombre del <i>site</i> : Atlantis University Dirección: <a href="https://atlantisuniversity.edu/socialnetwork/">https://atlantisuniversity.edu/socialnetwork/</a>
	Coordina: University of Maryland Nombre del <i>site</i> : TerpNet Dirección: <a href="http://umaryland.emtsocialnetwork.net/">http://umaryland.emtsocialnetwork.net/</a>

## Metodología

Se empleó una metodología mixta, en el proceso de la investigación se recopiló información tanto cualitativa como cuantitativa, que fue integrada para posteriormente realizar un análisis crítico, arrojando inferencias que pudieran aportar a una mayor comprensión sobre el tema.

En la fase teórica se hizo una exploración documental sobre el tema, en publicaciones de 2008-2013, en las bases de datos EBSCO, JSTOR, SciELO Citation Index, Scopus, Web of Science, Humanities Internacional Complete, Educational Research Complete y Google Academics. Lo que permitió caracterizar las redes sociales universitarias de índole académico o institucional, así mismo definir la interacción y producción en ese tipo de redes sociales. A través del uso de buscadores se encontraron cuáles han sido las experiencias de redes sociales universitarias, y educativas en general, en el ámbito mundial; cómo están compuestos estos sitios, qué los diferencia de otros, qué herramientas o metodologías se utilizan para la interacción y producción de contenidos.

Para la siguiente fase, fue necesario utilizar una herramienta que permitiera captar los gustos, preferencias y necesidades de los estudiantes y así proponer un modelo de red social en conformidad con dichos hallazgos. Para ello se utilizó una encuesta, en la que se incluyó también aspectos para conocer qué pensaban los docentes con respecto a la producción de contenidos que se daría en esa red.

### *Encuestas*

El cuestionario dirigido a los estudiantes fue aplicado durante el periodo de cursos intersemestrales 2014-11 en el campus de Laureles de la Universidad Pontificia Bolivariana. Con un universo de 1659 estudiantes matriculados en dicho periodo, la muestra realizada fue de 441 estudiantes, el porcentaje de error estimado es de 4%. Para la distribución se contactó a los docentes encargados de las materias, en las cuales participaron alumnos de 32 programas de pregrado, y se les solicitó un espacio dentro de la clase para la realización de la actividad. Los cursos involucrados en total fueron 27.

Fueron encuestados también 23 profesores, de manera virtual, seleccionados dentro de un grupo de 130 categorizados como aquellos que habían recibido capacitación para la educación a través de ambientes virtuales en la Universidad Pontificia Bolivariana. Debido a que la cantidad de participantes fue reducida no se pudo tomar una muestra, por tanto los resultados no son expresados en porcentajes.

### *Propuesta de análisis - Perfiles*

Esta categoría está compuesta por seis aspectos que facilitan el acercamiento entre contactos en una iniciativa de aprendizaje, Valerio y Valenzuela (2011):



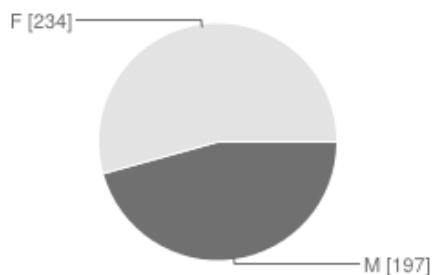
1. Conocimiento sobre el contacto
2. Conocimiento del conocimiento del contacto
3. Cercanía social del contacto
4. Prestigio del contacto
5. Conocimiento personal del contacto
6. Accesibilidad y disponibilidad del contacto.

Estos factores fueron parte del resultado de una investigación que determinó que esos seis (6) puntos son esenciales para generar que un contacto, dentro de la una iniciativa de aprendizaje, sea empleado como repositorio de información, a lo que se deduce pueda incentivar a consultar al otro para crear colaboraciones de tipo académico.

## Resultados

### *Encuestas a estudiantes UPB*

A continuación se presentan algunos de los resultados obtenidos luego de la aplicación de los cuestionarios.



*Figura 2.* Sexo masculino o femenino de la población estudiantil encuestada.

197 de los alumnos encuestados fueron hombres, equivalente al 46% de la muestra total. Las mujeres fueron 234, para un porcentaje de 54%.



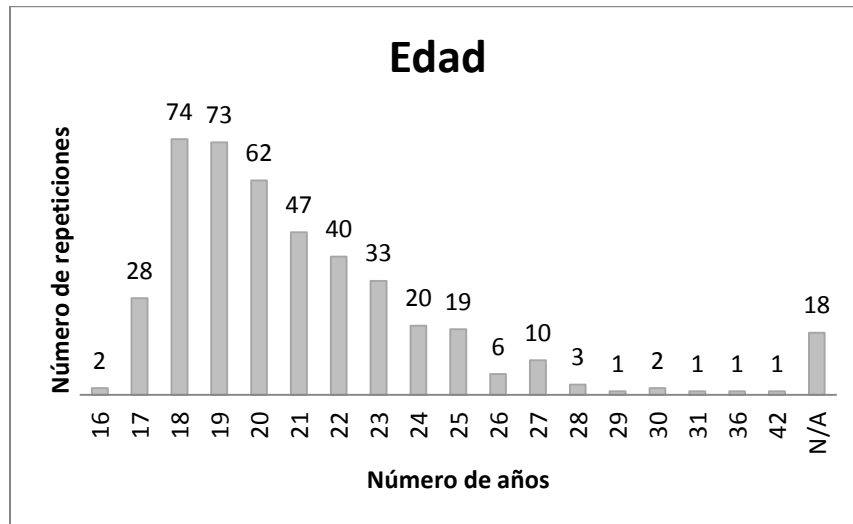


Figura 3. Edad de la población estudiantil encuestada.

La edad de los estudiantes osciló entre los 16 y 42 años. La mayor población estuvo representada por estudiantes de 18-19 años, con 74 y 73 personas respectivamente. 18 personas dejaron en blanco la casilla de respuesta, representadas en el gráfico con el signo N/A.

### Perfiles

La primera parte del cuestionario plantea preguntas con el fin de identificar qué tipo de información los estudiantes quisieran tener en el perfil de la red social universitaria.

- Conocimiento sobre el contacto

Tabla 2. Información básica que los estudiantes desean conocer de otros.

A. Género	175	21%
B. Ciudad de origen	141	17%
C. Ciudad de residencia	135	16%
D. Idiomas	240	28%
Otro	161	19%

Idiomas fue la característica más señalada. El Género fue el segundo de los factores más mencionados, seguido de Otro. En este último se mencionaron aspectos como: profesión, programa en el que están inscrito, semestre, estado civil. Tener información de este tipo en el perfil permite a los usuarios hacerse una idea básica de quién es el otro, lo que permitirá una recordación futura y asociaciones sobre quienes pudieran ser una fuente de información con relación a situaciones particulares.

- Conocimiento del conocimiento del contacto

Tabla 3. Ítems que permiten a los estudiantes saber qué conocimientos tiene un contacto.

A. Áreas o temas de interés señalados en su perfil	220	19%
B. Estudios y profesión	324	29%
C. Hobbies	196	17%
D. Deportes	91	8%
E. Participación en eventos	113	10%
F. Manejo de software	62	5%
Otro	123	11%

Estudios y profesión, seguido de Áreas o temas de interés y Hobbies, son los aspectos más señalados por los estudiantes, como la información necesaria para conocer qué conocimientos tiene un contacto. Este aspecto es importante debido a que una persona será consultada por otro cuando se sabe que aquel conoce de aquello que se quiere consultar. En la investigación presentada por Valerio y Valenzuela (2011) los estudiantes encuestados afirmaban que deciden agregar a otra persona no solo por amistad sino porque su conocimiento puede servirles en el futuro.

- Cercanía social del contacto

Tabla 4. Características que ayudan a los estudiantes a saber qué tan cercano se encuentra un contacto.

A. Amigos en común	314	34%
B. Grupos o redes a las que está asociado	119	13%
C. Semestre al que pertenece	173	19%
D. Materias que está cursando	201	22%
Otro	114	12%

El saber qué tan cercano está algún contacto de nosotros interviene en un posible acercamiento, entre más cercano esté mayor posibilidad de abordarlo. Ya sea para consultas académicas o para la socialización con miembros con los cuales se conoce que se comparten intereses o afinidades. En cuanto a esta pregunta los alumnos respondieron mayormente: Amigos en común, seguido de Materias que esté cursando y Semestre al que pertenece.

- Prestigio del contacto

Tabla 5. Aspectos publicados en el perfil que permiten a los estudiantes conocer si el conocimiento de otros es significativo.

A. Reconocimiento y distinciones académicas recibidas.	233	23%
B. Publicaciones que ha hecho en revistas	135	13%
C. Eventos científicos en los que ha participado	120	12%
D. Proyectos de investigación en los que es miembro	211	20%
E. Poder acceder a documentos o investigaciones que ha publicado	216	21%
Otro	120	12%

Al momento de consultar a alguien o pedirle ayuda para asuntos institucionales es importante conocer qué tanto sabe esa persona en cuanto a la pregunta que hay para hacerle y qué tan significativo es aquello que sabe. Cuando se sabe que alguien no sólo conoce de un tema sino que lo conoce muy bien o de mejor manera que otros aporta mucha más seguridad al momento de la consulta. No siempre se necesita de un experto pero en ocasiones es necesario estar seguro de que se está tratando con uno. 233 alumnos respondieron que los Reconocimientos y distinciones académicas era uno de los aspectos significativos en este aspecto. Seguido de Documentos o investigaciones publicadas a las que se pueda acceder, con 216 votos, y de Proyectos de investigación de los que es miembro con 211.

- Conocimiento personal del contacto

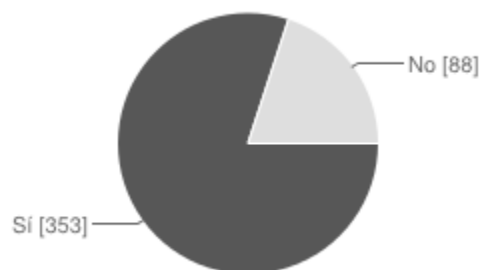


Figura 4. Importancia de conocer un contacto antes de agregarlo a la red personal.

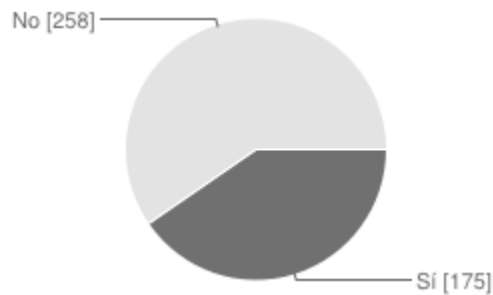


Figura 5. Importancia de conocer un contacto para hacerle una consulta académica.

El 80% de los estudiantes cree que es necesario conocer presencialmente a un contacto para añadirlo a su red pero un 60% no necesita conocerlo para realizarle una consulta de tipo académica. Esto evidencia que no conocerse presencialmente podría disminuir las posibilidades de interacción entre los miembros de la red. Pero cabe recordar que los niveles de confianza aumentan proporcionalmente con la cercanía que se tenga del contacto aunque no se conozca. Es decir, es posible identificar a alguien que creamos puede ayudarnos en algo en particular y si no se le conoce pero se sabe quién sí aparecen las intermediaciones para ocasionar el contacto.

En los resultados que Castrillón (2013) presentó de su investigación, en la que encuestó a los alumnos de la UPB con respecto a sus compartimientos digitales, mostró que el 70% de sus encuestados tiene entre sus contactos de redes sociales a personal docente y administrativo. Esto nos indica que hay una buena disposición para la convivencia en común. Ya habría que explorar cómo incentivar que se relacionen más aquellos que no se conocen presencialmente.

- Accesibilidad y disponibilidad del contacto

Tabla 6. Información sobre profesores y compañeros a la que los estudiantes quieren tener acceso.

A. Redes sociales a las que pertenece y cuál es su Nick	171	22%
B. Correo electrónico institucional	258	33%
C. Dirección de oficina en el campus	230	30%
Otro	116	15%

La accesibilidad y disponibilidad del contacto juega un papel importante. Aquí los estudiantes señalaron lo que consideran necesario para contactar a alguien. Aunque la disponibilidad también depende de la voluntad, estos factores permiten, un primer acercamiento presencial. Como se ve en los resultados Correo institucional y Dirección de oficina en el campus fueron las más señaladas con 33% y 30% respectivamente.

Fuera de las anteriores categorías se realizó una pregunta adicional sobre la inclusión de publicidad:

Tabla 7. Tipo de publicidad que los estudiantes quisieran encontrar en la red social.

A. Información sobre becas u oportunidades de intercambio con otras universidades	357	36%
B. Restaurantes, cafés, zonas de diversión	184	18%
C. Artículos de tecnología	161	16%
D. Deportes y entretenimiento	160	16%
Otro	135	14%

A pesar de tratarse de una red social privada con esta pregunta se quería indagar la posibilidad de incluir cierto tipo de publicidad no invasiva, orientada más que a una posibilidad económica a satisfacer ciertas necesidades en caso de que las hubiese. De la población encuestada 357 personas quieren tener publicidad sobre Becas u oportunidades de intercambio con otras universidades, llevándose esta respuesta el 36% de la selección más marcada en esta pregunta, seguida de Restaurantes, cafés y zonas de diversión con un 18%. Cabe mencionar aquí que solo 3 personas de toda la muestra mencionaron que no querían publicidad, y el resto de estudiantes no eligieron un solo tipo de publicidad sino más. En Otro, que representa un 13%, los alumnos mencionaron que querían enterarse de qué pasaba en la Universidad, conocer noticias relacionadas a la carrera, incluso ofertas de empleo, grupos de investigación. Es importante señalar que esta información ya la tienen en la página web de la Universidad, el problema es que quizá no lo saben porque a pesar de que ingresen para diligenciar alguna información no suelen navegarla.

Una red social, aun cuando sea educativa o con fines académicos, siempre será un lugar más ameno para enterarse de estos aspectos solicitados. Es decir, es un lugar visitado en los tiempos de ocio y se está más dispuesto o receptivo a la información que se le brinda a conocer. Probablemente una fusión de los contenidos de la página web dentro de la red social, como lo hace la Milwaukee School of Engineering sea beneficioso en este sentido.

#### *Producción de contenidos. Análisis resultados alumnos-profesores*

Debido a que la segunda parte del cuestionario, *Producción de contenidos*, sí se les aplicó tanto a docentes como estudiantes, se muestra el análisis aquí del cruce de las posiciones que asumieron ambas partes.

#### *Calificaciones visibles para el grupo*

Cuando a los alumnos se les preguntó si ayudaba en términos de aprendizaje conocer la calificación que obtenían los compañeros, un 24% contestó que no. Estos argumentaron que era

algo privado, personal, íntimo. Con respecto a esto, 18 de los 23 profesores contestaron que sí ayudaba, y algunos de ellos aportaron su explicación:

- "Asuntos que se enseñaron a un estudiante en particular deben ser insumo para el aprendizaje de otros".
- "El ejemplo es por excelencia una de las mejores herramientas para el aprendizaje individual y en equipo".

#### *Actividades calificables o participación voluntaria*

Ante la pregunta de si desearían que ciertas actividades presenciales de los cursos académicos se realizaran a través de una red social el 80% contestó que sí; 100% de los profesores respondió que sí. Al preguntar, a los estudiantes, si preferían que las discusiones sobre las lecturas de documentos se hicieran a través de foros en esa red social ese 80% disminuyó a un 68% y en las respuestas del porqué se manifestó desconocimiento del aprendizaje virtual, pues argumentaron cosas como:

"No se generan discusiones eficaces"; "Es importante un docente para las dudas"; "es bueno no perder el contacto con el otro"; "hace más lenta la clase". Claro que también hubo otras que hablaban más de una posición personal con relación a sus preferencias o qué consideraban más cómodo: "Es mejor la clase con el profesor"; "prefiero un debate personal"; "Distracción".

En cambio, 22 profesores de 23 consideran apropiado que se realicen dichas discusiones a través de foros en la red social.

A la pregunta de si quisieran que esas actividades realizadas en la plataforma fueran calificables, la cifra por parte de los estudiantes se mantuvo relativamente estable con un 67% que dijo que sí, 20 profesores también estuvieron de acuerdo. Cuando se dijo si preferían una participación solo voluntaria, la cifra de los estudiantes disminuyó un poco más al bajar a 61%, cantidad que representa los que estuvieron de acuerdo con que existiesen ambas modalidades, calificables y voluntarias; aumentando la cantidad de aquellos que radicalmente querían la existencia de algo voluntario 37%. En cuanto a los docentes, 20 de ellos estuvieron de acuerdo con que existiesen ambas modalidades.

Pero cuando la pregunta fue si esas actividades calificables dentro de la red social fuesen lúdicas la cifra volvió a aumentar en un 88%. Esto último sugiere, como ya se mencionó que sí bien con algo que se caracteriza por ser divertido y fácil cambiaron de opinión, es posible que la negativa anterior radique en que las otras actividades las consideraban aburridas o difíciles, o tal vez ambas. También podría deducirse que la negativa no tenía que ver con el hecho de que no quisiesen tener que interactuar en una red social con sus compañeros de clase y profesores. Siete profesores no estuvieron de acuerdo con las lúdicas calificables.

Para explorar la posibilidad de que la red social de la UPB fuera solo un espacio para el encuentro, la participación voluntaria, la conformación de grupos de socialización se les preguntó a docentes y estudiantes si les gustaría seguir en contacto con compañeros por medio de la participación en grupos donde se comparta información de interés, afines a intereses particulares y donde esa participación se diese de manera voluntaria: 96% de los estudiantes contestó que sí, sólo 1 de los profesores contestó que no.

### *Desconocimiento de la virtualidad*

Al parecer los alumnos conocen poco de las posibilidades que podrían brindarles ciertas herramientas virtuales para el trabajo colaborativo en línea, tal vez lo estén asociando con algo más tedioso y aburrido, o simplemente temen perder los beneficios de la presencialidad, algo que no tiene porqué suceder. Se trata simplemente de emplear algunos espacios para dejar de hacer ciertos trabajos presenciales y trasladarlos a las plataformas virtuales donde podrían resultar más enriquecedora la experiencia, donde se van aprender otras cosas. Sobre todo en una época en la que muchos procesos están digitalizados y resulta importante desarrollar destrezas en el campo.

Pero también se sabe que es necesario que los alumnos tengan una receptividad adecuada antes de implementar este tipo de propuestas transformadoras, así que una plataforma de red social a la que se trasladen ciertas actividades calificables no parece una buena opción por ahora, de acuerdo con los resultados. Con respecto a esto, a los docentes se les hizo dos preguntas abiertas, no obligatorias, de las cuales se obtuvieron pocas respuestas pero se relacionarán aquí debido al valor que se observó en el contenido de sus respuestas. La primera fue en qué creían que beneficiaba a sus alumnos el trabajo a través de plataformas virtuales. Algunas repuestas fueron:

“Cobertura y crecimiento personal y colectivo con el compartir experiencias”, “disciplina, se requiere mayor dedicación”.

La segunda pregunta fue si cualquier alumno de pregrado estaba en la capacidad de aprender virtualmente o se requería de desarrollos previos. Algunas respuestas fueron:

“Se requieren procesos de formación que fomenten la convicción y compromiso entre los miembros que participan en la experiencia educativa”,

“se requiere el gusto y la disciplina por la formación en línea”.

Igual no podemos decir rotundamente que no hay una recepción positiva para con el trabajo calificado en redes sociales, pues los alumnos estuvieron de acuerdo desde que fueran lúdicas.

### *Aproximación a un Modelo de red social universitaria para la UPB*

De acuerdo con los resultados anteriores, tal vez lo más adecuado para la comunidad de la UPB es una red social donde la participación sea voluntaria, donde los usuarios puedan crear grupos



libremente, asociarse alrededor de temas en común, compartir ideas, decidir libremente trabajar en grupo asuntos de clase en la plataforma.

Y donde se cuente con las herramientas necesarias para permitir el surgimiento de iniciativas igualmente voluntarias por parte de algunos cursos académicos de realizar trabajo colaborativo como parte de la estructura de la clase. Esto permitirá dar un insumo para generar la posibilidad de crear en el futuro una estrategia de carácter más transformador, en cuanto al sistema de educación se refiere. Pero también hay que tomar en cuenta que cuando la participación es voluntaria puede llegar a convertirse en casi inexistente. Si bien hay una tendencia por parte de los jóvenes a compartir mucho cuando se trata solo de socializar, también existen otras redes sociales para ello, así que si esta no aporta un carácter diferenciador van a trasladarse tarde o temprano a otros lugares.

Tal vez la participación ha sido el problema de todas esas redes sociales universitarias, que surgieron de manera entusiasta, quizá por la novedad, pero que luego se acabaron así como se pudo apreciar en varias plataformas que se revisaron y que se reportaron en este artículo en el apartado de *Mención de otras redes sociales universitarias*.

Lo importante aquí es aportar otros elementos que permitan marcar la diferencia en lo que sería una red social de carácter universitario, donde si bien pueden interactuar con sus compañeros y profesores como en cualquier otra red social, también se vean beneficiados con ciertas actividades académicas. *MSOE Hub* por ejemplo, es una red social donde prima la socialización, pero el usuario también encuentra allí opciones que le satisfacen asuntos institucionales, sin llegar a ser necesariamente trabajos académicos. Allí logran enterarse de lo que pasa en el campus, qué eventos hay, qué grupos existen y cómo pueden unirse a ellos. Entre otros, así como ya pudo conocerse en la descripción realizada de este *site*. Sin embargo, esto tampoco asegura el éxito de la plataforma. Todo dependerá de las particularidades locales.

#### *UPBMóvil*

El Grupo de Investigación en Comunicación Urbana (GICU) en trabajo conjunto con el Grupo de Investigación, Desarrollo y Aplicación en Telecomunicaciones e Informática (GIDATI), ambos de la Universidad Pontificia Bolivariana, ya trabajan en el desarrollo de una aplicación institucional para los *smartphones*.

En estos momentos, en fase beta, ofrece pocas opciones como el ingreso a SIGAA (Sistema de Información para la Gestión Académico-administrativa), calendario de eventos, agenda académica, pero se está en estudios para la inclusión de perfiles que permitan una red social. Aún no se ha hecho el lanzamiento de esta App en la comunidad UPB. Por lo tanto, ya que habrá una App para la comunidad con funciones académicas en lugar de crear una plataforma para la red social y un desarrollo adicional en UPBMóvil para acceder a ella, probablemente lo más recomendable es que de manera inicial la red social universitaria solo exista en el móvil.

Esto permitiría desarrollar un producto más pequeño, es decir, con un despliegue no muy grande de funciones, para de esta manera ir probando si se logra satisfacer las necesidades de la comunidad y al mismo tiempo dándole espacio a esta de adaptarse, de descubrir las posibilidades que puede otorgarle la virtualidad a lo académico de una manera más natural y menos intrusiva. Así, de acuerdo con los niveles de participación se podrá ir pensando en nuevos aportes de herramientas al sistema.

Según investigaciones anteriores realizadas por el GICU y GIDATI, como lo son Redes Sociales, oportunidad de aprendizaje para los jóvenes universitarios y Diseño de aplicativos móviles en la comunidad universitaria de la Universidad Pontificia Bolivariana, el uso de *smartphones* en la universidad es muy significativo y los estudiantes se muestran muy entusiastas en cuanto a la creación de *Apps* por parte de la Universidad para fomentar las relaciones entre la comunidad y satisfacer necesidades específicas relacionadas a los trámites institucionales. Esa buena receptividad al uso de móviles podría ser un factor importante a utilizar en favor de la red social, permitiendo que esta surja desde allí para luego existir como plataforma de escritorio.

#### *Tablón de anuncios y repositorio de documentos*

Los resultados mostraron un interés por parte de los estudiantes por grupos de investigación, semilleros, aspectos culturales. La red social podría utilizar como estrategia para comenzar a expandir la red e incentivar la participación, la inclusión de algunos de los grupos de investigación, semilleros, grupos culturales, e invitar a los coordinadores y a sus miembros a crear su espacio virtual en la red. Varios de estos grupos en la UPB tienen una cuenta en Facebook donde se comparte información, documentos, noticias. Impulsar a estos grupos a trasladarse a la red social universitaria podría marcar un buen comienzo. Así no sólo se harían visibles para toda la comunidad universitaria sino que también podrían generarse actividades de colaboración.

Para esto sería muy importante caracterizar muy bien los grupos en la descripción de perfil y mantener actualizada la información con relación a lo que están haciendo y cómo lo hacen, quienes participan; esto para asegurar que se generen contactos, según como se ha podido evidenciar en esta investigación.

## **Conclusiones**

En la actualidad se han modificado las prácticas, comportamientos y formas organizativas; especialmente los procesos de creación, distribución, comunicación y uso del conocimiento tal como afirmaban Freire y Brunet (2010). Las tecnologías y las organizaciones en redes sociales permiten acciones colectivas mucho más eficientes y a bajos costos.

Estos modelos de producción ponen en peligro a las universidades tradicionales que se niegan a adherirse a las nuevas formas de trabajo, una idea cercana planteada por Gershenfeld (2009), desproveyéndolas de beneficios importantísimos con los que podrían beneficiarse a sí mismas y a la sociedad en general.

Sabemos que el conocimiento se construye de manera colectiva, entendiéndolo como el resultado del trabajo en conjunto, lo que Lévy (2004) denomina inteligencia colectiva. Y las redes sociales, apoyadas en las múltiples herramientas para el trabajo que incluye la Web, permiten potencializar la socialización del conocimiento. El conocimiento debe ser comprendido como el resultado de la colaboración y solidaridad de los grupos. Las redes sociales virtuales, gracias a las herramientas de la Web, permiten un potenciamiento de esas relaciones de trabajo y mejores condiciones para socializar el conocimiento.

Las redes sociales universitarias permiten capacitar al estudiante en actitudes que la educación tradicional propicia generalmente de manera menos fuerte. El trabajo virtual hace necesario mayor compromiso, responsabilidad, autodisciplina, autodireccionamiento. Todas estas no son condiciones necesarias para la iniciación en este tipo de aprendizajes, basta una intención y gusto por las herramientas tecnológicas y el uso de plataformas virtuales, pero sí serán factores que se desarrollan en el individuo, permitiéndole una mejor capacitación académica y una mejor preparación para enfrentar los futuros cambios tecnológicos y las constantes transformaciones que vive la sociedad a causa de esto.

Sería interesante por parte de las universidades crear espacios que no estén cerrados al público externo y donde se permitiera algún tipo de participación, aun cuando el aprovechamiento que se brinde sea poco comparado con aquel que tendrían los miembros de la institución. Por supuesto este tipo de *sites* abiertos pudieran generar ciertos problemas de control, pero pudieran explorarse opciones. MSOE Hub, por ejemplo es un *site* abierto, si bien sus características no son del todo las de una red social educativa, permite un aprovechamiento por parte de externos.

De esta manera el público externo puede estar al tanto de lo que pasa en el campus, enterarse de la programación de eventos, de los grupos de investigación que existen. No es necesario brindar un completo acceso abierto a todas las funciones de la red social para poder afirmar que estamos incluyendo a la sociedad, y haciéndola participe de los procesos de construcción colectiva de conocimiento.

También se evidencia la necesidad que hay del trabajo interdisciplinario que debe generarse para la creación de las redes sociales universitarias. El diseño de la arquitectura de las interfaces, el establecimiento de los controles de privacidad, el buen manejo de las estrategias de marketing si las hay, y la efectiva generación de conocimiento a través de la interacción; son puntos álgidos que deben ser muy bien tratados.

Cabe resaltar que la creación de una red social no implica la necesidad de profundos conocimientos de programación, o grandes costos de mantenimiento de servidores y de consumo de energía. Trabajar en la nube, a través de las *Cloud Computer Systems*, es una manera fácil de hacerlo. Son muchas las ofertas de plataformas en Internet que ofrecen la posibilidad de crear una red social gratuita. Algunas por pagos de 100 dólares mensuales ofrecen mayores condiciones como por ejemplo el aumento de la capacidad de usuarios o miembros. Algunos ejemplos son: Ning, Bligoo.

En una red social educativa es fundamental que los profesores asuman una posición abierta permitiendo una cercanía social. Es importante contestar cuando los alumnos pregunten, aportar suficiente información en el perfil que permita que los estudiantes logren tener una caracterización del docente y velar por mantener el prestigio en el campo de conocimiento al que se pertenece.

Aun cuando se desconocen las razones por las cuales las universidades mencionadas en este documento han cerrado sus redes sociales, lo que vale la pena investigar, es si es claro el potencial beneficio que estas traen. También se conoce, gracias a las investigaciones, que los estudiantes del ámbito mundial en general tienen un uso muy frecuente de social media. Lo que permite pensar que quizá el problema se encuentra en la metodología de implementación de dichas redes y en su tipo de contenido. Debido al fuerte uso también de teléfonos móviles en la población universitaria, se recomienda que la plataforma virtual se cree exclusivamente como aplicativo móvil.

Castrillón (2013) dio una muestra de los desarrollos que hay en Latinoamérica de Apps institucionales realizados por universidades y en ellos no aparecen características de redes sociales. Habilitar este sistema paulatinamente en las actuales aplicaciones, comenzando por mensajería y creación de grupos, permitiría ir evaluando la pertinencia de mayores desarrollos en cuanto a características de redes sociales universitarias hasta llegar a la creación de una plataforma externa o de escritorio. Se prefieren investigaciones de mercado previas al inicio de grandes desarrollos, muchas veces con altos costos económicos, que no son acordes al público objetivo. La puerta está abierta para continuar el proceso: perfiles, contenidos, interacción, usos, accesibilidad, apropiación, son temas sobre los que, en función de hacer gestión de conocimiento desde el móvil, están para continuar esta interesante línea de investigación.

## Bibliografía

Codina, L. (2009). Ciencia 2.0: Redes sociales y aplicaciones en línea para académicos. *Hipertext.net*, (7).

De Haro, J. (2009). Las redes sociales académicas aplicadas a la práctica docente. *Revista DIM*, (13), 1-8.

De Haro, J. (2010). *Redes Sociales para la educación*. Madrid: Anaya.

Freire, J. y Brunet, K. (2010), Políticas y prácticas para la construcción de una universidad digital. *La Cuestión Universitaria*, (6), 85-94.

Lévy, P. (2004). *Inteligencia Colectiva. Por una antropología del ciberespacio*. Washington: Organización Panamericana de la Salud.

Sloep, P. y Berlanga, A. (2011). Redes de aprendizaje, aprendizaje en red. *Comunicar*,

19(37), 55-64.

Valenzuela, R. (2013). Las redes sociales y su aplicación en la educación. *Revista Digital Universitaria*, 14(4), 1-14.

Valerio, G. y Valenzuela, J. (2011). Contactos de redes sociales en línea como repositorios de información. *Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 8(1), 128-141.

## Cibergrafía

Castrillón, G. (2013). Redes sociales, oportunidad de aprendizaje para los jóvenes universitarios. Recuperado de:  
[http://repository.upb.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/789/1/T\\_G\\_Gisel\\_Lorena\\_Castrill%C3%B3n\\_Baham%C3%B3n.pdf](http://repository.upb.edu.co:8080/jspui/bitstream/123456789/789/1/T_G_Gisel_Lorena_Castrill%C3%B3n_Baham%C3%B3n.pdf)

Corporación Colombia Digital. (2013). A nivel Mundial, Colombia está entre los 20 países con más usuarios en Facebook. Recuperado de:  
<http://www.colombiadigital.net/actualidad/noticias/item/4544-a-nivel-mundial-colombia-esta-entre-los-20-paises-con-mas-usuarios-en-facebook.html>

El Heraldo. (2013). Este es el perfil del colombiano en las redes sociales. Recuperado de:  
<http://www.elheraldo.co/noticias/tecnologia/este-es-el-perfil-del-colombiano-en-las-redes-sociales-113472>

Enter.co. (2014). Las cinco tendencias del uso de Internet en Colombia. Recuperado de:  
<http://www.enter.co/cultura-digital/colombia-digital/internet-en-colombia-tendencias>

Gershenfeld, N. (2009). Is MIT obsolete? Seed Magazine. Recuperado de:  
[http://seedmagazine.com/content/article/is\\_mit\\_obsolete](http://seedmagazine.com/content/article/is_mit_obsolete)

Universia. (2014) Informe sobre el consumo de Internet de los adolescentes en Colombia. Recuperado de: <http://noticias.universia.net.co/ciencia-nt/noticia/2014/02/26/1084885/informe-consumo-internet-adolescentes-colombia.pdf>

## Revista Q

Revista electrónica de divulgación académica y científica  
de las investigaciones sobre la relación entre  
Educación, Comunicación y Tecnología

ISSN: 1909-2814

Volumen 09 - Número 17  
Julio - Diciembre de 2014

Una publicación de la Facultad de Educación de la Escuela de Educación y Pedagogía  
de la Universidad Pontificia Bolivariana, con el sello de la Editorial UPB.



<http://revistaq.upb.edu.co> – [www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)

[revista.q@upb.edu.co](mailto:revista.q@upb.edu.co)

Circular 1ª 70-01 (Bloque 6, Piso 3)  
Teléfono: (+57) (+4) 448 83 88 ext. 13262  
Medellín-Colombia-Suramérica