



SECRETARÍA ACADÉMICA
COORDINACIÓN DE POSGRADO
MAESTRÍA EN DESARROLLO EDUCATIVO

“La interacción en Facebook como potenciadora de procesos educativos informales”

Tesis que para obtener el Grado de
Maestra en Desarrollo Educativo
Presenta

Lic. Karla María Sandoval Balcazar

Directora de tesis:
Dra. Luz María Garay Cruz

A Dios,
por abrirme los mejores caminos.

A Kaleb,
quien pasó varias desveladas a mi lado y sobrellevó mis ausencias. Quien sin ser universitario ha pasado gran parte de su vida visitando una Universidad acompañando a su madre y alentándola a hacer realidad sus sueños. Gracias por estar dispuesto y mostrarme una sonrisa sincera sobretodo en los momentos en los que sentía que ya no podía más.
Te amo hijo mio, este logro es para ti.

A Andrea y Sergio,
por el amor incondicional.
Gracias, porque lo único que he recibido de ustedes es apoyo y comprensión aún en los tiempos más difíciles.
Gracias mamá, por nunca dejar de creer en mi, gracias por las pláticas, los enojos, las risas, las palabras y los abrazos tan necesarios. No habrá vida que pueda pagarte todo lo que he recibido de ti. Te amo y admiro infinitamente.
Gracias papá, por la disponibilidad que siempre tienes, porque a tu modo siempre estuviste pendiente y me apoyaste en cualquier situación.
Nunca dudes del gran amor que siento por ti.

A Alejandro
quien caminó a mi lado durante estos dos años. Gracias porque desde que estamos juntos sólo me has brindado amor. Porque sin tu apoyo, comprensión y aliento este trabajo no sería una realidad. Este logro es de ambos.
Te amo.

AGRADECIMIENTOS

Me es difícil expresar en un par de párrafos los sentimientos por los que estoy pasando al escribir estas líneas.

La experiencia de estudiar una Maestría ha cambiado mi vida completamente. Durante poco más de dos años me casé con un proyecto que en ocasiones creí imposible de terminar. Hoy entrego este trabajo fruto de lecturas interminables, de miles de horas en Internet, de desvelos, de días enteros frente a la computadora, de tiempos y momentos ausentes con mi familia y amigos.

Y aunque pareciera una tortura, fue algo que disfruté enormemente y de lo cual estoy muy orgullosa y feliz; sin duda es el logro más significativo en mi vida, porque no sólo requirió de un esfuerzo y dedicación considerable, sino de un cúmulo de decisiones y de crecimiento personal que se fue dando a lo largo de este proceso.

He de reconocer que nada puede ser posible sin la ayuda o presencia del otro y espero encontrar las palabras correctas para cada uno de ustedes:

A mi hermana **Titi**, por toda una vida juntas. Porque me alegran sus logros y admiro su fortaleza ante cualquier situación. Gracias por toda la ayuda, por las tardes yendo por Kaleb, por la comida, por los enojos, porque al final sé que si volteo ahí estarás.

Mi agradecimiento profundo a mi gran amigo **José Luis**, quien me alentó a estudiar esta Maestría. Gracias amigo, por las líneas escritas, por los videochats para aclarar posturas, por los puntos de vista confrontados, por las comidas, las conferencias y por ser uno de los hombres más inteligentes que conozco, pero sobretodo de los mejores seres humanos. Agradezco infinitamente a Dios por ponerte en mi camino y reconocernos. Gracias por vivir esta experiencia a mi lado. Te quiero mucho.

A mi familia, que ha vivido esta experiencia conmigo. A mis tías, mujeres admirables, ejemplo de fortaleza y unión. **Juanita, Mago, Raque, Juve, Lucy, Beti**, gracias por ser el lazo que une a esta bonita familia. A mis primos, primas, sobrinos, sobrinas, tíos, gracias.

A mis amigas, quienes durante estos dos años hicieron lo que cualquier verdadero amigo haría "Estar"... **Dení, Sonia, Erika, Aida**, gracias. A mis amigos maestrantes y cómplices en esta aventura, **Ing. Ahlai, Patricia, Laura, Jesús, Miguel**.

Mención aparte merece mi asesora de tesis, **Dra. Luz María Garay Cruz** quien con su orientación y conocimiento hizo que el camino fuera mucho más sencillo. Mi reconocimiento y admiración por ser no sólo una gran asesora, sino una gran docente y sobretodo una gran mujer. Gracias Doctora, por su sencillez y nobleza para aceptar ser mi guía durante este proceso. La estimo y le estaré eternamente agradecida. La llevo en mi corazón.

Gracias a mis lectores de tesis:

Querido profesor **Dr. David A. Cortés Arce**, porque no conforme con asesorar mi tesis de licenciatura ha seguido mis pasos en la Maestría y sin ser nuestro objetivo nos hemos visto crecer. Gracias por todo el apoyo durante los últimos 5 años. Se le quiere.

Dra. Diana Patricia Rodríguez Pineda, gracias por aceptar ser mi lectora y brindarme comentarios que sin duda enriquecieron este trabajo, pero sobretodo porque lo mucho o poco que hoy sé de investigación, se lo debo a usted. Gracias por siempre tener un tiempo para una charla y por ser parte de este crecimiento.

Mtra. Laura Regil y Mtra. Georgina Cortés, por aceptar leer mi trabajo y porque sus comentarios ayudaron a la mejora del mismo, muchas gracias.

A los profesores de todas las asignaturas tomadas a lo largo de la Maestría, quienes compartieron sus conocimientos y me brindaron las bases para luchar desde mi trinchera por una mejora educativa para nuestro país.

Por último gracias a la **Universidad Pedagógica Nacional**, por abrirme sus puertas desde hace ocho años. A **CONACYT** quien sin su apoyo mis estudios de posgrado no hubieran sido posibles.

"Porque una educación diferente no sólo es posible, sino necesaria"

Alejandro Piscitelli

No te rindas, aún estás a tiempo
De alcanzar y comenzar de nuevo,
Aceptar tus sombras,
Enterrar tus miedos,
Liberar el lastre,
Retomar el vuelo.
No te rindas que la vida es eso,
Continuar el viaje,
Perseguir tus sueños,
Destrabar el tiempo,
Correr los escombros,
Y destapar el cielo.
No te rindas, por favor no cedas,
Aunque el frío queme,
Aunque el miedo muerda,
Aunque el sol se esconda,
Y se calle el viento,
Aún hay fuego en tu alma
Aún hay vida en tus sueños.

Mario Benetti

INTRODUCCIÓN	8
CAPITULO I. LA WEB 2.0 Y LAS REDES SOCIALES	13
1.1 ¿Qué es la Web 2.0?	15
1.1.1 Principios constitutivos de la Web 2.0	17
1.1.2 La Web 2.0 y sus implicaciones socio-culturales	22
1.1.3 La Web social	23
1.2 Redes Sociales en Internet	25
1.3 Características de las Redes Sociales	26
1.4 Historia de las Redes Sociales	29
1.4.1 Tres redes sociales que explican el panorama actual. Friendster, MySpace y Facebook	31
1.5 Tipología de las Redes Sociales en Internet	34
1.6 Usuarios de las Redes Sociales en Internet	39
1.7 ¿Redes Sociales en Internet para la Educación?	42
CAPITULO II. FACEBOOK E INTERACCIÓN	45
2.1 El nacimiento de Facebook	46
2.2 Entornos y Elementos básicos de Facebook	47
2.2.1 Principios y Dimensiones de Facebook	58
2.2.2 Dimensiones de Facebook	61
2.3 Nuevas formas de comunicación	66
2.3.1 El proceso comunicativo	66
2.4 Interacción e Interactividad	68
2.4.1 La interacción en Facebook	71

CAPITULO III. CUANDO LOS ESTUDIANTES ESTÁN EN	
FACEBOOK. DIÁLOGOS FUERA DEL AULA.	73
3.1 Comunicación y Educación nexos indisolubles	75
3.2 Educomunicación con tecnologías. Intenciones necesarias	81
3.3 La educación más allá de la escuela	83
3.3.1 Modalidades educativas.	
Educación formal, no formal e informal	85
3.3.2 La educación fuera de la escuela	91
3.4 Los estudiantes fuera del aula.	
Facebook y la educación informal	93
3.5 La interacción en Facebook...	
Diálogos en la educación informal	96
 CAPITULO IV. LA INTERACCIÓN EN FACEBOOK.	
USOS EN LA EDUCACIÓN INFORMAL	98
4.1 Estrategia Metodológica	99
4.2 Interpretación y Análisis de Datos	104
4.3 Discusión de resultados	118
 REFLEXIONES FINALES	124
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	129
ANEXOS	135

INTRODUCCIÓN

Una de las producciones más significativas que ha traído el desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) ha sido la creación de la red de Internet y la generación de la World Wide Web en sus dos etapas, la Web 1.0 y la Web 2.0.

El paso de una Web estática a una más interactiva trajo consigo el desarrollo exponencial de aplicaciones y sitios reconocidos por la promoción de la sociabilidad. La Web se convirtió en un espacio caracterizado por la gestión de la información por parte del usuario, pasando de ser un receptor pasivo a un usuario activo a través de sus participaciones, opiniones e interacciones con los otros.

Es en este auge cuando aparecen los sitios de Redes Sociales¹ ofreciendo espacios de interacción e intercambio entre grupos de personas con intereses afines. Rápidamente estos sitios comenzaron a ser adoptados por los usuarios de Internet como favoritos para sus ratos de entretenimiento y de conexión entre familiares y amigos.

Sitios como Facebook, Twitter, Tuenti, Netlog, etc., han sido creados con la finalidad de fomentar las relaciones sociales, día con día se intercambia un sinnúmero de información a través de los millones de usuarios que interaccionan en dichas redes. Son los usuarios los que a través de la participación e intercambio, hacen que las Redes Sociales funcionen y permanezcan en la Web.

En este contexto la Red Social Facebook ha sido la más exitosa, con más de 900 millones de usuarios a nivel mundial, se ha convertido en la más utilizada por los usuarios de Internet, al menos en nuestro país es el sitio de entretenimiento con mayor número de visitas y al que están suscritos el 90% de los usuarios de Internet según lo informa el estudio “Hábitos de los usuarios de Internet 2012” realizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) y son los jóvenes los que predominan en su uso.

Durante los últimos años la penetración de los avances tecnológicos ha sido cada vez mayor, si bien hace una década los jóvenes pasaban su tiempo libre frente al televisor, hoy en día lo hacen frente a su computadora, en sus *smartphones*, en sus *tablets*, pero sobre todo navegando por Internet, en donde a

¹ En este trabajo se usará indistintamente el término Redes Sociales y Redes Sociales en Internet

diferencia de la televisión han pasado a ser usuarios activos a través del consumo y producción de la información que transita por la Web. El impacto de Facebook entre los jóvenes es innegable, están y usan la Red Social de forma constante como medio de comunicación, de entretenimiento, de intercambio y de acercamiento entre sus pares.

El interés por estudiar Facebook se desprende de la consideración del impacto que hoy en día tiene entre los usuarios de Internet y las características que ofrecen los sitios de la Web 2.0 bajo los principios de cooperación y participación, con el propósito de identificar las posibilidades educativas que un espacio de encuentro y de entretenimiento pudiera brindar como apoyo en los procesos educativos, se reconoce que los aprendizajes no sólo se construyen en las aulas, sino en la vida cotidiana y en espacios de interacción que no necesariamente están diseñados con finalidades educativas.

De esta forma, se pueden aprovechar los entornos informales que ofrece la Web y en donde se reúnen los estudiantes cuando salen de clases; mismos que reconocen como suyos y que dominan en su manejo, resultando representativos para la construcción de aprendizajes, puesto que están identificados con su uso fuera de la escuela. Dichos espacios pudiesen ser utilizados de diversas formas, por ejemplo, como lugar de seguimiento de contenidos vistos en el aula, para abordar temas que no necesariamente están en el curriculum o para identificar aprendizajes que no son reconocidos por la escuela.

Durante las últimas dos décadas, autores latinoamericanos y europeos como Roxana Morduchowicz, Guillermo Orozco, Francisco Sierra, entre otros, han hablado de la necesidad de tomar en cuenta la cultura popular de los estudiantes y trasladarla a las aulas, rompiendo con el desfase que se presenta entre lo que el estudiante vive dentro y fuera del aula. En esta lógica, los modelos socio-constructivistas de la educación también hacen hincapié en la importancia de que el estudiante entre en contacto e interaccione con el medio, siendo capaz de

trasferir los aprendizajes a su vida cotidiana o partiendo de la vida cotidiana misma para el planteamiento y resolución de problemas.

En esta necesidad de encontrar el vínculo entre uno de los entornos tecnológicos en donde en la actualidad los jóvenes se reúnen y las posibilidades educativas que éste brinda para ser aprovechado en los procesos educativos, es que nace esta investigación, con el propósito de **identificar, describir y analizar los procesos de interacción que se suscitan en la Red Social Facebook para sus posibles usos desde la educación informal**; considerando que si los espacios propician interacciones, podrían favorecer la construcción de aprendizajes a través del diálogo entre los individuos.

Este trabajo está estructurado en cuatro capítulos, en donde la información se presenta de la siguiente manera:

Se realizó una investigación teórica del desarrollo de la World Wide Web para identificar a la Web 2.0 como el contexto en donde nacen los sitios de Redes Sociales. La información recabada queda plasmada en el capítulo I, en donde además se describen algunas de las implicaciones socio-culturales que se han generado con la incorporación de la Internet en la vida cotidiana de las sociedades, para resaltar su uso y aprovechamiento en las prácticas sociales. En este mismo capítulo se conceptualiza, tipifica y describen a los Sitios de Redes Sociales con la finalidad de ubicarlos como sitios con características y bondades específicas; se recurren a las estadísticas para resaltar y evidenciar el impacto que estos sitios y en concreto Facebook tienen en México, para finalmente y con base en lo expuesto, intentar reconocer algunas de las razones sobre como el uso de estos sitios de Redes Sociales pueden favorecer los procesos educativos.

El capítulo II se divide en dos partes, en la primera se hace una descripción de los entornos y características específicas de Facebook, además de retomar lo que Alejandro Piscitelli (2010) establece como las dimensiones de Facebook,

mismas que responden a aspectos significativos identificados a través de la relación establecida a partir del uso de la plataforma y quienes la usan mediante cortes analíticos e hipótesis. En la segunda parte, se aborda el concepto de interacción desde la perspectiva de la comunicación con la finalidad de ubicar los espacios que favorecen la interacción en la Red Social Facebook.

En el capítulo III se establece el vínculo entre Tecnologías y Educación, en éste se da cuenta de la relación indisoluble que existe entre Comunicación y Educación y se reconoce la importancia que juegan las interacciones para llegar al diálogo en la construcción de aprendizajes. Se exponen los tres modelos educativos para evidenciar la importancia que la educación informal juega en la formación del individuo para finalmente identificar a Facebook como un espacio productor de aprendizajes informales a través de las interacciones dadas en sus múltiples entornos.

En el capítulo IV se muestra la estrategia metodológica utilizada en esta investigación, así como los instrumentos de recolección de datos, los resultados, interpretación y discusión de los mismos. Por último se exponen algunas conclusiones a modo de reflexiones finales y se incluye la bibliografía y anexos.

CAPITULO I

La Web 2.0 y las Redes Sociales

El surgimiento de Internet y su incorporación en la vida cotidiana de las sociedades actuales han marcado un nuevo fenómeno socio-cultural que establece un punto de separación entre una sociedad con Internet y otra sin este. Las posibilidades de conexión, de comunicación, de alcance y/o de distribución de la información, fueron algunas de las características que este nuevo medio

tecnológico venía ofreciendo y que por ende lo hicieron útil y atractivo en las dinámicas de las sociedades.

Internet, en la década de los 90 se caracterizaba por ser una red que conectaba a todo el mundo a través de millones de sitios web, mediante los cuales el usuario tenía acceso a un sinfín de información; sin embargo, era una red principalmente de negocio, donde los anunciantes jugaban el rol principal llegándose a afirmar que eran ellos los que sostenían dicha red. Existía una noción de que “la web iba de publicación, no de participación; que eran los anunciantes, y no los lectores, quienes mandaban; que el tamaño importaba, y que Internet iba siendo dominada cada vez más por los sitios web principales, según los medían MediaMetrix y otras empresas de clasificación publicitaria de webs”. (O’Reilly, 2004)

La *Word Wide Web* fue creada por Timothy Berners Lee, como una forma de acceder a la información que se encuentra viajando a través de Internet. Para recorrer los sitios o páginas Web se utilizan programas o navegadores como *Firefox, Internet Explorer, Safari, Chrome*, entre otros. En este sentido puede considerarse que “La Web es solo una de las formas de distribuir información a través de Internet, ha sufrido grandes modificaciones estructurales, tecnológicas, filosóficas y sociales desde que fue creada” (Macias & Michán, 2009, p. 18). A raíz de estas modificaciones, algunos autores han llegado a señalar que la evolución de la Web ha sido dividida en dos, tres y/o hasta cuatro etapas. Sin embargo desde este estudio sólo se distinguen dos de ellas; la Web 1.0 y la 2.0, siendo esta última etapa en la que nos encontramos actualmente.

La Web 1.0 hace referencia a un primer momento de la Web, la cual era manejada por emisores únicos con fines mayoritariamente comerciales. Se trataba de una Web estática, llena de datos y contenidos que regularmente no se actualizaban, resultando en páginas o sitios que una vez creados permanecían intactos por mucho tiempo, corporativos ofertando servicios en donde no había

posibilidad alguna de participación por parte de los usuarios, los cuales se limitaban a leer y resultaban importantes en tanto consumidores de la publicidad que les era transmitida a través de estos sitios.

1.1 ¿Qué es la Web 2.0?

En el 2001 el negocio conocido como *puntocom* (Web 1.0) parecía que estaba llegando a su fin “tras el desplome financiero de las empresas nacidas al calor de la economía Internet” (Fumero & Roca, 2007, p. 10), llegándose a creer que sólo se había tratado de una revolución tecnológica como muchas otras y que pronto sería remplazado por otro nuevo hallazgo.

Sin embargo, al contrario de lo que se vislumbraba, comenzó una especie de renacimiento de la red apoyada en la infraestructura técnica que había sido desplegada durante los años de grandes recursos económicos por parte de los corporativos, pero con una característica primordial; la aparición de una nueva generación de usuarios que ya no sólo consumían contenidos, sino que ahora ellos los producían, creaban y manejaban. Al respecto O’Reilly (2004) comenta que la Web comenzaba a tomar más fuerza apareciendo nuevos sitios y aplicaciones con una regularidad sorprendente, los cuales dejaron de ser estáticos y con fines principalmente económicos, ahora si bien seguían existiendo corporativos, muchos de los sitios eran creados por usuarios con la característica de ser interactivos en tanto que éstos o cualquier otro usuario podían crear, comentar y compartir los productos de la Web.

Así, el concepto Web 2.0 hace referencia a un fenómeno mundial comenzado a mediados del 2004, en donde Internet además de evolucionar tecnológicamente ha ido propiciando cambios sobre todo de tipo social a través de sus herramientas, las cuales se basan en la generación de contenidos por parte de los usuarios y del compartimiento de los mismos. Ahora Internet y en concreto

la Web a través de estas herramientas, se convierte en un espacio social donde todos pueden participar y generar posibilidades para una mayor circulación de la información y promoción de la comunicación, donde “además de escaparate para dar a conocer contenidos de toda índole, [...] puede ser espacio para reacciones, réplicas y contribuciones también de lo más variadas” (Trejo, 2006, p. 33).

La Web 2.0 es el nuevo escenario en donde los usuarios son los gestores de la información que fluye en la red, ya no sólo lee y consume, sino opina y construye en un lugar en el que “interactúan lo social (cómo y dónde nos comunicamos) y lo tecnológico (nuevas herramientas, sistemas, plataformas, aplicaciones y servicios) provocando cambios de lo uno sobre lo otro” (Fumero & Roca, 2007, p. 11).

Una de las principales características de la llamada Web 2.0 es la interacción que ésta posibilita a través de herramientas en donde el usuario crea, comparte e intercambia contenidos que él mismo genera. Esta Web denominada comúnmente también como Web social, se basa en la idea de una plataforma abierta construida a través de la participación de los usuarios. Así, “alrededor del concepto Web 2.0 giran una serie de términos-satélite que retroalimentan su evolución. Software social, arquitectura de la participación, contenidos generados por el usuario, *rich Internet applications*, etiquetas, sindicación de contenidos y redes sociales, son sólo algunos en la larga lista de conceptos que enriquecen este fenómeno” (Cobo & Pardo, 2007, p. 15).

Es necesario reconocer que la Web ha permitido ir más allá de lo que alguna vez se imaginó. Entre otras características Trejo (2006) menciona: la **ubicuidad** como la posibilidad de llegar a lugares geográficos físicamente lejanos sin separarnos de nuestra computadora; la **libertad** para acceder o publicar los contenidos que uno desee; la **interactividad** que no se había llegado a dar al menos con los medios de comunicación tradicionales puesto que el usuario no solo consume sino como ya se ha dicho, también aporta información, una

heterogeneidad a través de la circulación de un sinfín de contenidos, temas, posturas, etc. en todos los espacios; la **multilinealidad** como la existencia de diversos caminos para llegar a una información y la **colaboración** como un atributo que se puede llegar a dar tanto en acciones solidarias como en proyectos intelectuales.

1.1.1 Principios constitutivos de la Web 2.0

Según O'Reilly (citado por Cobo, 2007), principal promotor de la noción de Web 2.0, los principios constitutivos de ésta son siete:

La Web como plataforma

El software computacional ha resultado ser un gran negocio en la industria tecnológica a través de paquetes con derechos de propiedad y venta. La mayoría de las grandes empresas funcionan bajo estas políticas de negocio, en donde para que una empresa, usuario, institución, etc., pueda hacer uso de su paquetería en forma legal tiene que comprar los derechos del software y actualizarlo cada cierto tiempo con costos adicionales.

Las empresas hacen uso de las aplicaciones de la Web 2.0, ofrecen software gratuito y utilizan la Web como plataforma, esto a través del almacenamiento de las herramientas y sus contenidos en la propia Web y no en las computadoras de los usuarios, los cuales siempre tienen acceso a toda su información. “La inspiración radica en una idea clave: el producto mejora con el uso y con el crecimiento de una comunidad que no cesa de subir contenidos” (Pardo, 2007, p. 28), contrariamente a lo que pasaba en la Web 1.0 donde algunas veces las nuevas versiones resultaban ser de menor calidad que las anteriores.

Fortalecimiento de la inteligencia colectiva

En este principio se reconoce la importancia del trabajo colaborativo o en grupos, a través de aplicaciones Web, con software y acceso gratuito en línea y de uso regularmente fácil. Los usuarios pueden participar en este entorno Web 2.0 de manera pasiva y tradicional, navegando a través de los contenidos, o de forma activa, creando y aportando sus contenidos (Pardo, 2007).

En la actualidad muchos de los sitios Web funcionan bajo este principio, O'Reilly (2004) cita como ejemplo algunos de ellos:

- Wikipedia, una enciclopedia en línea basada en la improbable noción de que cualquier usuario de la web puede añadir artículos, y que cualquier otro puede modificarlos.
- Sitios como del.icio.us y Flickr, estilo de categorización cooperativa de sitios mediante descriptores elegidos libremente, a menudo denominados etiquetas (tags).
- Productos de filtrado cooperativo del correo basura (spam) como Clodmark. (p.5)

Así una vez más se da cuenta de que la red necesita de los usuarios para existir y funcionar, “son ellos quienes, colocando y consumiendo contenidos, la hacen crecer y son las de ellos las limitaciones y virtudes principales que pueda tener la Red de redes” (Trejo, 2006, p. 138).

La gestión de las bases de datos como competencia básica

Para este principio existe una palabra clave que lo identifica, infoware (software más datos); los datos le dan un valor significativo en las aplicaciones de la Web 2.0, la administración de éstos es una competencia básica para proyectos donde el interés radica en “obtener una masa crítica de usuarios que producen un volumen de datos de gran valor. Poseer esta información clave y usuarios co-

desarrolladores otorga valor comercial al producto” (Pardo, 2007, p. 30). O’Reilly cita como ejemplo a *Amazon.com*, sitio que utiliza software con la finalidad de recuperar datos como comentarios y calificaciones de libros para después ser compartidos por el sitio Web y de esta forma generar valor agregado.

El fin del ciclo de las actualizaciones de versiones del software

Como ya se mencionó en el primer principio, ahora mucho del software se ha convertido en un servicio gratuito que corre en la propia Web en combinación con los datos, ahora se ha convertido en un servicio más que en un producto. Aunque aún sigue existiendo paquetería costosa y que trae muy poco beneficio para los usuarios, se augura que ésta pronto será reemplazada por las nuevas aplicaciones que corren en la Web 2.0 que se desarrollan con la finalidad de conseguir clientes que produzcan y suban datos a nuevas plataformas.

De lo anterior se generan una serie de cambios que son primordiales en el nuevo modelo de negocio de las empresas: 1. Las operaciones deben pasar a ser una competencia básica (mantenimiento constante) y 2. Hay que tratar a los usuarios como co-desarrolladores (prácticas de desarrollo de código abierto).

Los modelos de programación ligera junto a la búsqueda de la simplicidad

En la Web 2.0 los servicios están basados en una simplicidad dada a través de lenguajes de programación fiables para aplicaciones distribuidas y escalables. Así una de las cosas que se pretende es que las aplicaciones aumenten para el desarrollador y que el usuario pueda ver los contenidos en la plataforma cuando él desee y no cuando el diseñador disponga.

En la programación ligera, la creatividad y la reducción de complejidad son factores clave, así como la inclusión del usuario como productor de contenidos. Sin embargo aunque lo que se busque es la simplicidad, lo que no se ha dejado y al contrario se convierte casi en una regla, son las actualizaciones, generadas por el aumento de blogs y wikis, además de la propia dinámica en la creación de contenidos de manera continua.

El software no limitado a un solo dispositivo

El uso de los recursos de la Web 2.0 ya no se reduce a una computadora, ahora diversos dispositivos como los smarth-phones también utilizan estos recursos que anteriormente sólo eran usados para ellas. “Aunque los primeros productos fueron pensados en forma similar a sus pares cableados hoy se han vuelto *mobile devices*, teléfonos más plataformas para el entretenimiento, la gestión de la información, el consumo de los *media*, la producción de contenidos multimediales y el fortalecimiento de las redes sociales” (Pardo, 2007, p. 31).

Se espera que en este aspecto tal vez sea en donde se produzcan mayores cambios en la medida en que siga creciendo el número de dispositivos que se conectan a la plataforma, como ejemplo de ello podemos incluir actualmente las tabletas digitales.

Las experiencias enriquecedoras de los usuarios

Las aplicaciones de la Web 2.0 debieran caracterizarse por la intercreatividad y por contenidos dinámicos, donde la experiencia del usuario se vuelve accesible, sencilla, útil y familiar; y por ende enriquecedora.

Por último O'Reilly (2004) hace mención de las competencias fundamentales para las aplicaciones, servicios y empresas de la Web 2.0:

- Servicios, no software empaquetado, con escalabilidad rentable.
- Control sobre fuentes de datos únicos y difíciles de replicar, que se enriquezcan a medida que más gente los utilice.
- Confiar en los usuarios como co-desarrolladores.
- Aprovechar la inteligencia colectiva.
- Sacar partido de la larga cola (the long tail) mediante el autoservicio del cliente.
- Software no limitado a un solo dispositivo.
- Interfaces de usuario, modelos de desarrollo y modelos de negocio ligeros. (p. 13)

Ahora bien, como se expuso anteriormente, la Web 2.0 y los siete principios que la constituyen tienen características específicas que han venido a revolucionar las dinámicas dentro y tal vez fuera de Internet. Por ello, se reconoce, que si bien estas características no han sido pensadas para el ámbito educativo, algunas de ellas pueden favorecer a la educación sea formal, no formal o informal. Así se ve que la Web al estar centrada en el sujeto y en su interacción, favorece la construcción de aprendizajes sobre todo de tipo cooperativo o a través de grupos, fomentando la participación y la creatividad a través de un mundo de aplicaciones en los millones de sitios Web que invitan a la creación y al compartimiento de contenidos, ya sean hechos por los mismos usuarios o por otros; por último, la poca complejidad y la posibilidad de acceder a la Web mediante diversos dispositivos y en casi cualquier lugar, la hacen aún más atractiva para ser usada en los procesos educativos.

1.1.2 La Web 2.0 y sus implicaciones socio-culturales

A partir de la exposición realizada hasta aquí, referente a las características de la Web 2.0, se reconoce que en su mayoría están definidas desde una perspectiva mercadológica y por ende en sus postulados no quedan definidas las transformaciones sociales y culturales que se suscitan a través de la incorporación de Internet en la vida cotidiana de la sociedad, las cuales pueden ser aprovechadas en diferentes ámbitos sociales, siendo esta perspectiva la que le compete a esta investigación y en donde la participación del usuario es retomada como clave para la producción y no tanto para el consumo.

Los cambios que se van dando tanto en Internet como en las TIC, van acompañados de nuevas prácticas sociales, sin embargo hay que dejar claro que no son las tecnologías por sí solas las que producen o provocan estas nuevas prácticas. Esta postura les otorgaría un papel determinista y antropomórfico, en donde la sociedad pareciera no influir para que dichas prácticas se lleven a cabo, por ello se debe considerar que la Web es un espacio en donde lo social y lo tecnológico se conjugan y dan lugar a nuevas producciones tecnológicas, sociales y culturales.

Estos ambientes y transformaciones que se generan a través de la incorporación de Internet en la vida cotidiana expresados tanto en lo socio-técnico, cultural y mercadológico, Lévy (citado por Silva, 2005) lo denomina <<cibercultura>> refiriéndose a “el conjunto de técnicas (materiales e intelectuales), de prácticas, de actitudes, de modos de pensamiento y de valores que se desarrollan junto con el crecimiento del ciberespacio” (p. 48).

Lo anterior también permite aclarar que no se pretende exaltar a Internet como un espacio en donde los intereses económicos, políticos, ideológicos y de poder no existieran, puesto que la Web sigue funcionando en gran medida para producir beneficios económicos para las grandes empresas. Pero sí reconocemos

a Internet como un espacio más plural y democrático, un “territorio de la innovación social y cultural, [que] estructura y participa en la configuración de las redes de actores de la creación y de la inventiva de nuevas formas de comunicación y de negociación social” (Vilches, 2010, p. 135), el cual se puede aprovechar en diferentes sectores de la esfera social.

1.1.3 La Web social

Como se mencionó anteriormente la Web 2.0 tiene la particularidad de ser un espacio de interacción social, en donde el usuario ya no es sólo un espectador pasivo, sino que ahora es el protagonista que participa, construye y sostiene en gran medida la Web. Los sitios de internet necesitan de usuarios para que su existencia en la red tenga sentido y por ende las relaciones con éstos han cambiado, no se trata sólo del consumo de información de las páginas, sino de una participación en donde el usuario genere los contenidos, comente sus creaciones así como las de otros usuarios, comparta fotos y videos e interactúe a través de comentarios con sus amigos, tenga un blog y se exprese, etiquete enlaces que le gusten junto con otros usuarios, etc. Gran número de aplicaciones, servicios y posibilidades es lo que hace que un sitio Web permanezca.

Los usuarios que participan en estos sitios de la Web social “ejercen una modalidad de socialización que tiene formas nuevas pero conserva los rasgos esenciales del encuentro entre las personas [...] conversan acerca de asuntos de interés mutuo, tienen la posibilidad de emprender acciones conjuntas y pueden manifestar opiniones y sentimientos de variada índole” (Trejo, 2006, p. 11).

Los sitios de la Web 2.0 utilizan en su mayoría software social para su funcionamiento, de ahí la denominación de forma común como Web social. En este sentido, “todos estos sitios se caracterizan por estar concebidos para la participación de los usuarios, por ser los usuarios los que aportan valor al servicio

y por mejorar su servicio cuantos más usuarios tienen. [...] Los blogs, las wikis y las redes sociales son los sitios más característicos de la web social” (Margaix, 2008, p. 8).

La Web social tiene un gran peso en el contexto de la Web 2.0 y en realidad se llegan a considerar como sinónimos. Por ello es necesario aclarar que uno - Web social- hace referencia a los sitios sociales y al proceso de socialización que facilitan la construcción de la red, y el otro -Web 2.0- al espacio en que éstos se desarrollan.

Las relaciones y capacidades sociales que las personas ya tenían, ahora se refuerzan y se expanden gracias a la Web social con la peculiaridad que en ésta, en comparación a otros medios de comunicación que homogenizan al receptor, el usuario mantiene y refuerza su individualidad reflejado en el comportamiento activo que tiene el individuo “cada persona opera separadamente sus redes para obtener información, colaboración, órdenes, respaldo, sociabilidad y un sentido de pertenencia” (Wellman citado por Trejo, 2006, p. 112).

Entre las herramientas o aplicaciones pertenecientes a la Web social podemos citar los blogs, las wikis, los marcadores sociales, los gestores de referencias sociales, herramientas de catalogación social, catálogos bibliográficos, geoaplicaciones, espacios de compartimiento de objetos digitales, redes sociales, bibliotecas digitales, entre otros; además de los que se lleguen a generar en los próximos años.

Para efectos de este trabajo sólo se profundizará en las redes sociales y en concreto en Facebook.

1.2 Redes Sociales en Internet

En la presente investigación cuando se habla de las Redes Sociales, se hace alusión a los sitios de red social soportados en Internet. Servicios ofrecidos en la Web a través de los cuales se viven relaciones sociales que se adecuan a los gustos e intereses de los usuarios en el tiempo en el que éstos permanecen en línea o conectados, ofreciendo un sentido de pertenencia a un grupo que para ellos resulta relevante. Las redes sociales en Internet forjan, promueven y fortalecen las relaciones sociales.

Algunos autores cuando hablan de redes sociales se refieren a lo siguiente:

- **Social Networking:** Describe todas aquellas herramientas diseñadas para la creación de espacios que promuevan o faciliten la conformación de comunidades e instancias de intercambio social (Cobo, 2007).
- D. Boyd y Nicole B. Ellison (2007) definen a las redes sociales como un servicio basado en Internet que permite a los individuos construir un perfil público o semi-público dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver recorrer su lista de conexiones y de las hechas por otros dentro del sistema.
- Según Durall, E. (2010) la lógica imperante en cualquier red social se sustenta en principios de cooperación y participación. Los contenidos generados por los usuarios, así como las relaciones que se establecen entre ellos se convierten en el centro de esta red. El desplazamiento de la tecnología a favor de los usuarios ha derivado en un mayor énfasis en la experimentación, así como en la generación y transferencia de conocimientos individuales y colectivos. Este nuevo marco contenedor ofrece facilidad, inmediatez, pertenencia (comunidad) y la idea de que se dispone de un espacio donde compartir y expresarse.

Considerando lo anterior y en un intento por hacer una elaboración propia, las redes sociales en esta investigación serán consideradas como sitios Web en

los cuales se pueden crear perfiles públicos o semi-públicos en una plataforma, en donde se establecen relaciones con otros usuarios suscritos en el mismo sitio dando la posibilidad de tener contacto con él. Mediante estas relaciones el usuario va creando una red de contactos con los cuales interactúa, crea y comparte contenidos, dicha red puede estar formada por las mismas relaciones que tiene fuera de la Web, es decir en contacto físico o establecida de acuerdo a intereses comunes.

Las relaciones entre los usuarios y los sitios con funcionalidades sociales son el motor de las redes sociales.

1.3 Características de las Redes Sociales

Las Redes Sociales tienen particularidades que las hacen diferentes a otros espacios dentro de la web 2.0. Primero Fumero y García Hervás (2008) las dividen en dos categorías aquellas que están centradas en el contenido (el cual se genera en colaboración) y aquellas enfocadas en la gestión de relaciones (sociales) con otras personas, siendo estas últimas las que particularmente analizaremos en este trabajo.

La topología y estructura de estos espacios responde a una serie de elementos que Santamaría (2008) considera fundamentales para comprenderlos, ellos son:

- La capacidad de crear perfiles visibles que muestren una identidad.
- La exhibición pública de miembros o amigos desde el centro de operaciones.
- La integración de otras herramientas web dentro de los sitios de redes sociales.
- La posibilidad de crear comunidades de interés (o de práctica) a partir de la plataforma base.

Dentro del informe APEI (2008) podemos encontrar otra clasificación de las Redes Sociales: a) Las redes sociales profesionales (utilizadas para buscar ofertas de trabajo, candidatos a un puesto, nuevas oportunidades de negocio, etc.) y b) Las redes sociales de propósito general (no cuentan con una finalidad concreta, existiendo muchas aplicaciones y en donde el usuario le dará la orientación que desee).

En las Redes Sociales la posibilidad de crear un perfil visible que muestra la lista de amigos del usuario resulta la particularidad más sobresaliente, estos perfiles son como una página personal en donde “el perfil se genera con las respuestas a preguntas, que suelen incluir descriptores como edad, ubicación, intereses, y una sección “sobre mí”. La mayoría de los sitios también alientan a los usuarios para que carguen una foto” (Boyd & Ellison, 2007).

La visibilidad y/o acceso dependerán de cada sitio y de las restricciones que el usuario imponga. Sin embargo la publicación abierta de las conexiones es un aspecto fundamental en estas redes, puesto que la lista de amigos enlaza a sus perfiles, brindando al espectador la posibilidad de recorrer la red del usuario a través de su lista de amigos.

Las Redes Sociales en Internet cuentan con una diversidad de aplicaciones que existen para diferentes funciones, ya sea compartir videos, fotos, noticias, espacios de Internet, enviar mensajes, test y muchas otras aplicaciones para el entretenimiento. “Pero también se pueden encontrar aplicaciones de tipo bibliotecario como búsqueda en los catálogos bibliográficos, en portales de revistas electrónicas, etc.” (Margaix, 2008, p. 49).

La lógica que siguen las Redes Sociales está basada en los principios de cooperación y participación propios de la Web 2.0, en donde los usuarios encuentran un espacio donde compartir, expresarse, informarse y comunicarse.

Anteriormente se pensaba que las Redes Sociales en línea estaban formadas en su mayoría por desconocidos que sólo tendrían un interés en común. Sin embargo, hablando de las Redes Sociales que tienen como propósito las relaciones sociales, Boyd y Ellison (2007) señalan que:

La mayoría de los sitios [de redes sociales] ayuda al mantenimiento de redes sociales preexistentes [...] no es que permiten a los individuos conocer extraños sino más bien articular y hacer visibles sus redes sociales [...] los participantes no están necesariamente <<creando redes>>, o en busca de conocer gente nueva, sino que están principalmente comunicándose con personas que ya forman parte de su red social extendida (Boyd & Ellison, 2007, p. 2).

Esta peculiaridad resulta importante puesto que aunque las redes de amigos vayan creciendo al incorporar a los amigos de mis amigos, mi red social fuerte sigue siendo la que tengo fuera de la computadora, particularidad que puede resultar relevante en nuestro estudio.

Las Redes Sociales han cambiado la organización de las comunidades en Internet, ya que si bien siguen existiendo comunidades basadas en los intereses de las personas, es necesario resaltar que las Redes Sociales en Internet están organizadas principalmente en torno a las personas y no a los intereses, es decir la persona en el centro de su comunidad, “esto refleja con mayor precisión las estructuras sociales no mediadas/sin intermediarios, donde el mundo está compuesto de redes, no de grupos” (Boyd & Ellison, 2007).

Por último, en este proceso de integración que han llevado las Redes Sociales en Internet en la vida cotidiana de la sociedad, mucho se ha comentado que dichos sitios promueven el aislamiento de los usuarios; sin embargo autores como Trejo (2006) afirman que las interacciones que se dan en estos sitios no

sustituyen a las relaciones convencionales permitiendo “estrechar las relaciones personales que sus usuarios ya tenían e incluso propiciar un contacto tan frecuente que las relaciones de colaboración se incrementan” (pág. 97).

1.4 Historia de las Redes Sociales

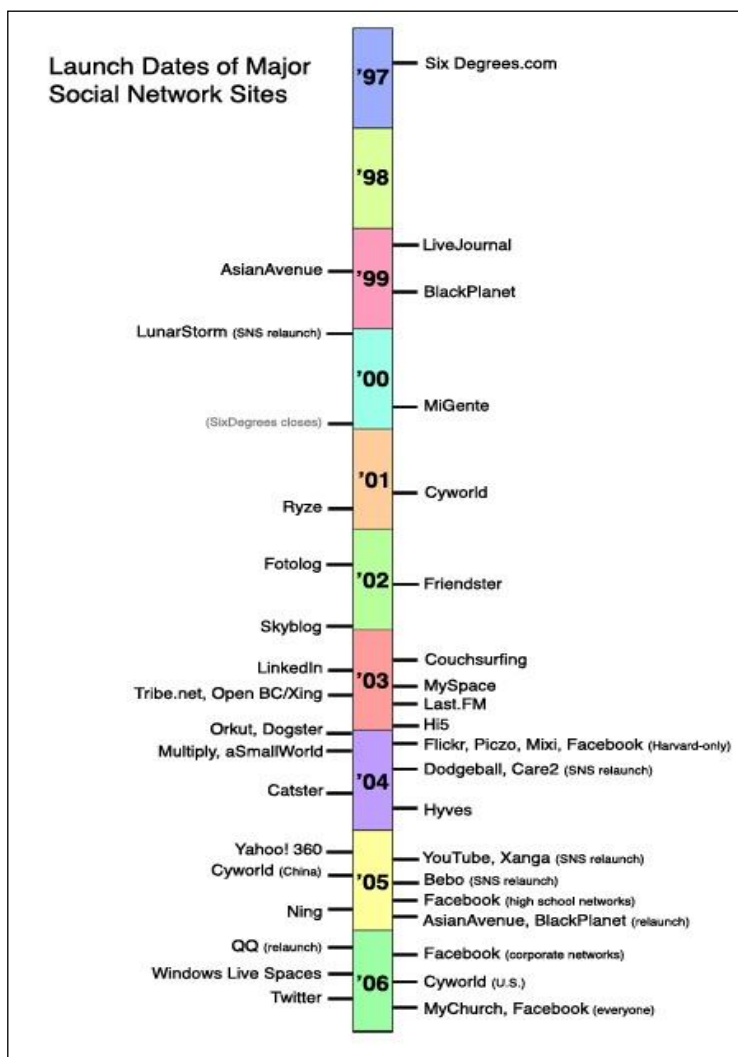
La vida de las Redes Sociales en Internet es relativamente corta así como lo es Internet en la sociedad, para este recorrido histórico de las Redes Sociales (Véase Figura 1.1) tomamos como referencia a Boyd & Ellison (2007) quienes mencionan que el primer sitio que se reconoce como una red social de acuerdo a las características antes mencionadas es SixDegrees.com creado en 1997 siendo la pionera en permitir combinar características como crear perfiles, lista de amigos y navegar por las listas de amigos; en el año 2000 cerró sus servicios al fallar queriendo convertirse en un negocio sostenible.

Entre 1997 y 2001 se generaron varias herramientas de comunidad que permitían combinaciones de perfiles y amigos, algunos ejemplos de éstas son AsianAvenue, BlackPlanet y MiGente, en donde los usuarios podían crear perfiles personales, profesionales y datos y se podía identificar a amigos sin solicitar una aprobación de conexiones. En 1999 nace LiveJournal, que al poco tiempo de su lanzamiento hizo listas de conexiones unidireccionales en las páginas de los usuarios, los usuarios marcan gente a seguir y gestionan las características privadas.

En 1999 se crea el sitio coreano Cyworld de mundos virtuales el cual en 2001 añade características de Redes Sociales, al igual que la Web sueca LunarStorm que se reformuló como una Red Social en el año 2000, añadiendo listas de amigos, libros de visitas y páginas de diario.

Posteriormente viene una nueva generación de Redes Sociales cuando aparece Ryze.com en 2001 como ayuda para que las personas aprovecharan sus redes empresariales. Bajo esa misma lógica nacen Tribe.net, LinkedIn, y Friendster todas entrelazadas personal y profesionalmente, al final solo Friendster se convirtió en la más importante.

Figura 1.1 Cronograma de fechas de lanzamiento de los Sitios de Redes Sociales más importantes y fechas de cuando se relanzaron sitios de comunidad con características de Sitios de redes Sociales (Tomada de Boyd & Ellison, 2007).



1.4.1 Tres redes sociales que explican el panorama actual. Friendster, MySpace y Facebook

Friendster

Friendster nació en el 2002 como complemento social de Ryze, creada como competencia directa de Match.com (sitio de citas online), aunque a diferencia de los sitios de citas que regularmente se dedicaban a presentar a desconocidos con intereses en común, Friendster ayudaba a encontrar amigos de amigos con la base de que los amigos de amigos serían más compatibles románticamente que con los desconocidos. La red se hizo en poco tiempo muy popular solo a través de comentarios entre las redes de amigos llegando a tener hasta 300.000 usuarios antes de su difusión en la prensa tradicional en mayo del 2003.

Conforme se fue popularizando Friendster se topó con dificultades técnicas y sociales, los servidores de bases de datos no estaban preparados para el manejo del rápido crecimiento, “los usuarios han tenido que hacer frente a sus jefes y ex compañeros junto a sus amigos más cercanos. Para complicar las cosas, Friendster comenzó a restringir las actividades de sus usuarios más apasionados” (Boyd & Ellison, 2007). En su diseño inicial Friendster restringía a los usuarios a ver sólo los perfiles de personas a cuatro grados de distancia, así los usuarios empezaron a agregar también a desconocidos para agrandar su alcance, agregando masivamente amigos mediante la función implícita de “más popular”, resultando también en la creación de perfiles falsos lo cual provocó que la red eliminara dicha función y a los suplantadores.

Estas acciones concluyeron en la supresión de usuarios legítimos que decidían colocar una foto ficticia, los cuales consideraban que la empresa no compartía en realidad los intereses de los usuarios, “muchos de los primeros usuarios lo abandonaron debido a la combinación de dificultades técnicas,

colisiones sociales y una ruptura de la confianza entre los usuarios y el sitio” (Boyd & Ellison, 2007). Pese a ello, aunque en Estados Unidos la popularidad se redujo considerablemente, Friendster comenzó a ganar terreno en otros países como Filipinas y Singapur.

Nuevamente comenzó una ola de nuevas Redes Sociales intentando lograr el éxito temprano de Friendster a través de poblaciones específicas. Aparecen sitios profesionales como LinkedIn, Visible Path y Xing centrados en gente de negocios. Dogster centrado en la afición de cada persona. Care2 para reunir activistas, Couchsurfing que conecta viajeros con personas que ofrecen alojamiento y MyChurch que reúne a iglesias cristianas y a sus miembros.

Al mismo tiempo sitios web creados para compartir medios de comunicación comenzaron a integrar algunas características de las Redes Sociales y a convertirse propiamente en ellas, Flickr para compartir fotos, LastFM para hábitos de música y YouTube para compartir videos.

MySpace

Mientras Friendster perdía a miles de usuarios, una nueva Red Social nace con la intención de atraerlos, MySpace aparece en el año 2003 en Santa Mónica, California compitiendo con Xanga, AsianAvenue y por supuesto Friendster, el rumor de que este último cobraría honorarios por sus servicios hace que los usuarios comiencen a mudarse a otros sitios como MySpace gracias a lo cual la Red Social comenzó a crecer en muy poco tiempo, en donde comunidades de bandas indie-rock tuvieron un gran papel al invitar a muchos de los usuarios expulsados de Friendster, por no cumplir con el perfil de su reglamento.

MySpace comenzó a llamar la atención de los medios en Estados Unidos pero al mismo tiempo los sitios de Redes Sociales comenzaron a crecer y a

popularizarse alrededor del mundo, Orkut, Mixi, LunarStorm, Hyves, Grono, Hi5 y Bebo son algunas de ellos.

La característica principal que hizo que MySpace triunfara fue que los mismos usuarios eran quienes brindaban el contenido a través de sus perfiles, los cuales articulaban en un solo sitio blogs, fotografías, grupos de amigos, música y videos, además un sistema interno de emails y su propio motor de búsqueda, lo cual la hizo del agrado en su mayoría de jóvenes que lo comenzaron a adoptar como parte de su cultura.

MySpace comenzó a crecer rápidamente generando millones de dólares en ganancias principalmente cuando firmó un contrato de publicidad de tres años con google por 900 millones de dólares. Sin embargo al mismo tiempo que el sitio iba creciendo, el nacimiento de Facebook hizo que el auge de MySpace se fuera apagando, puesto que los usuarios comenzaban a mudarse a la nueva red que resultaba más cómoda, simple y sencilla, además de considerar que la publicidad en dicho sitio ya era excesiva.

Facebook²

Facebook nació en el auge de las Redes Sociales a principios del 2004 con la finalidad de crear redes entre diferentes universidades, en sus inicios sólo podían integrarse estudiantes de Harvard con una dirección de correo electrónico de dicha universidad, posteriormente fue expandiéndose a estudiantes de otras universidades que de la misma forma contaran con correo electrónico de las mismas, medida que mantenía al sitio relativamente restringido, dándoles a los usuarios cierta percepción de una comunidad íntima y privada.

² En este apartado se aborda Facebook y su nacimiento como parte de una transformación en la Web y en el desarrollo de las Redes Sociales en Internet. Más adelante ahondaremos en la caracterización de Facebook con mayor profundidad.

En el 2005 Facebook se fue ampliando a secundarias, profesores y al poco tiempo a todo el mundo. Dentro de las novedades que brindó la red fue la libertad de que desarrolladores externos pudiesen construir aplicaciones que permite a los usuarios personalizar sus perfiles y realizar diferentes tareas sin salir del sitio web (Boyd & Ellison, 2007).

Facebook fue ganando espacio entre los usuarios hasta llegar a ser hoy en día el sitio de red social más utilizado a nivel mundial con más 900 millones de usuarios.

En la actualidad se siguen generando nuevas Redes Sociales algunas para usuarios más restringidos como SmallWorld, BeautifulPeople, Couchsufing, BlackPlanet, MyChurch. También existe Ning para cualquiera que quiera crear un nicho de sitio de red social y la más joven que es Twitter en donde según el propio sitio web se define como “una red de información de tiempo real que permite conectarte a lo que encuentras interesante. [...] La clave de Twitter son pequeños pedazos de información llamados Tweets. Cada Tweet tiene 140 caracteres de longitud. [...] Conectado a cada Tweet hay un panel de detalles enriquecido que proporciona información adicional, mayor contexto y contenido multimedia embebido.”³

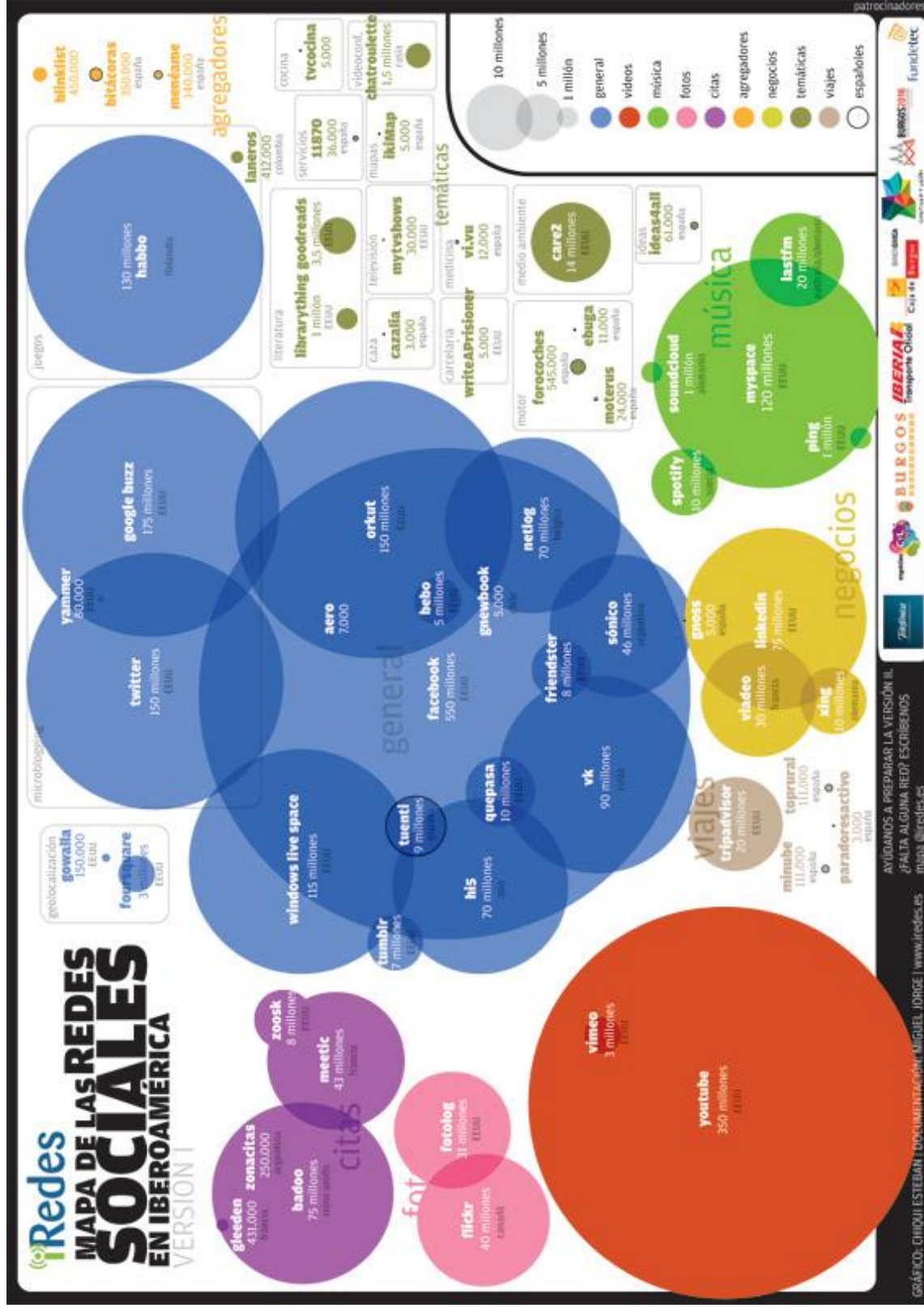
1.5 Tipología de las Redes Sociales en Internet

Anteriormente se señaló que existen diferentes clasificaciones de Redes Sociales en Internet, en este apartado se expone con mayor profundidad una tipología de las Redes Sociales con la finalidad de ubicar a Facebook como la red social de nuestro estudio en el universo existente hasta el momento e identificar las características que comparte con otras redes, para posteriormente en el segundo capítulo identificar qué es lo que hace única a esta Red Social.

³ Twitter. <http://twitter.com> consultado 4/05/2011

A finales del año 2010 el sitio web *iredes.es* publicó una infografía donde muestra lo que ellos denominan “Mapa de las Redes Sociales en Iberoamérica” (Figura 1.2), clasificando las redes sociales en: general, videos, música, fotos, citas, agregadores, negocios, temáticas y viajes. En esta infografía podemos observar que la clasificación está realizada con base sólo en el contenido de las redes, sin embargo esta primera tipología resulta muy ilustrativa y sobre todo representativa al ilustrar las diferentes Redes Sociales que existen hasta el momento.

Figura 1.2 Mapa de las Redes Sociales en Iberoamérica (Tomada de <http://www.iredes.es/>)



Fernández (2009) realiza otra tipología de las Redes Sociales, dividiéndolas en verticales y horizontales, donde las primeras hacen referencia a aquellas redes que giran en torno a un contenido o temática en común a todos sus usuarios y las segundas son transversales en cuanto a temáticas y se centran más en los contactos. En la tabla 1.1 se recopilan algunas de las redes sociales vigentes al día de hoy bajo estas dos categorías.

Tabla 1.1 Redes Sociales Horizontales y Verticales

Redes Sociales Verticales	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía Flickr: Sitio web que permite compartir fotografías (y recientemente vídeos) entre usuarios. Se pueden dejar comentarios, crear grupos, etiquetarlas, etc. Cuenta con una versión gratuita y con otra de pago, llamada pro. Panoramio: Lugar para subir imágenes y geolocalizarlas. Fue iniciada por dos jóvenes españoles y comprada posteriormente por Google. Picasa: Organizador de fotografías de Google. Fotolog: Es una plataforma dedicada a los blogs fotográficos. Todo gira en torno a imágenes y bajo el eslogan "Comparte tu mundo con el mundo". • Música Last.fm: Red social musical. Se comparte toda la música que cada usuario escucha (mediante una aplicación se envía a last.fm lo que pasa por nuestros reproductores), se forman comunidades y se genera de manera automática grupos similares que nos podrían gustar. Cuenta con una importante sección de conciertos, donde indica al usuario los que se celebrarán cerca de su lugar de residencia y donde el usuario puede indicar si asistirá además de dejar comentarios al resto de asistentes. Blip.fm: Un lugar donde hacer recomendaciones musicales. El resto de usuarios valoran si les gusta la canción, pueden introducir mensajes cortos y enviar esas notificaciones a otras redes como Twitter, Facebook, etc... Las canciones no residen en la plataforma, sino que se utilizan otras webs como YouTube, goear, etc. Spotify: Aunque no sea una red propiamente dicha, está generando multitud de ellas a su alrededor y supone toda una revolución para el mundo de la música. Es una plataforma para escuchar música vía streaming. No se pueden agregar contactos, pero sí crear listas de canciones y compartirlas. Vevo: Es una ramificación de YouTube específica para vídeos musicales. MySpace: Plataforma de comunicación y promoción de grupos y artistas musicales, aunque también sirve para comunicarse con amigos o familiares, conocer gente o participar en grupos. • Vídeo YouTube: Es la plataforma más conocida para compartir vídeos. Comprada por Google, permite subir vídeos de no más de 2 GB de tamaño ni 10 minutos de duración. Hay canales institucionales y se organizan eventos en streaming.
--	--

	<p>Algunos vídeos pueden ser "embebidos" en otras páginas.</p> <p>Vimeo: Es similar a YouTube. Los usuarios con cuentas gratuitas (limitadas) pueden cargar hasta 500 MB de vídeos estándar y sólo un vídeo de alta definición a la semana. Vimeo se ha hecho un lugar en el abultado mercado de alojamiento de vídeo simplemente por su elegancia.</p> <p>Google Video: Es un servicio de Google que hasta enero de 2009 permitía subir vídeos. Inicialmente nació como competencia de YouTube, a la que terminó comprando el 10 de octubre de 2006. Finalmente, Google Vídeo pasó a funcionar como un mero buscador de vídeos en la red.</p> <p>Joost: Es como una televisión a la carta vía Internet.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Plataformas para emitir un evento en streaming <p>Ustream: Emite en directo y permite grabar al mismo tiempo.</p> <p>Mogulus: Te ayuda a crear tu propio programa televisivo fundiendo tu webcam con clips de YouTube o webcams de otras personas. El servicio es gratuito pero se sustenta de la publicidad, por lo que cada 10 minutos, se corta la emisión para que aparezca un anuncio.</p> <p>Cover It Live: Emite vídeo junto a un apartado de chat y también puedes agregar contenido de Twitter (usando hashtags o listas).</p> <p>Chatroulette: Consiste en una ruleta de chats. Te conectas a la plataforma con tu webcam encendida y te toca charlar con algún otro usuario que se ha conectado de cualquier parte del mundo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Otros: <ul style="list-style-type: none"> • Presentaciones: Slideshare, Prezi. • Marcadores sociales: Del.icio.us. • Sistemas de promoción de noticias: Meneme, Aupatu, Zabaldu. • Red de lectura: Anobii, Librarything, Entreelectores.
<p style="text-align: center;">Redes Sociales Horizontales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Redes de contactos: Facebook, Tuenti, Orkut, Hogetti. Windows Live Space, Hi5, Friendster; Aero, Orkut, Netlog, Sónico. • Redes profesionales: LinkedIn, Xing, Plaxo. • Microblogging: Twitter, Jaiku, Plurk, Yammer, Google buzz. • Redes de conocimiento: Zutagu es una nueva red social para compartir el conocimiento entre internautas. Entre esas herramientas destacan un blog, un archivo, un lugar para guardar las direcciones, páginas tipo wiki o microblogging. Además, también se pueden crear grupos de interés.

En los últimos años se habla de las Blended Networking, “redes sociales que son resultado de una armonización de la vida offline y online, casi siempre enfocadas en nichos de intereses (deporte, música, fotografía,...). Compaginan las interacciones en línea con los eventos cara a cara, respondiendo así a los que

critican de forma regular la excesiva dependencia virtual frente al cultivo y desarrollo de las habilidades sociales” (Fernández, 2009).

1.6 Usuarios de las Redes Sociales en Internet

Como se mencionó anteriormente las Redes Sociales en Internet están organizadas en torno a las personas, son los usuarios de cada una de ellas quienes las hacen funcionar, crecer y mantenerse en línea. El nivel de popularidad varía de una red a otra y resulta relevante recurrir a las estadísticas de uso para resaltar el impacto que al día de hoy tienen en nuestras sociedades.

En agosto del 2010 el sitio de internet *20minutos.es*⁴ publicó los últimos datos arrojados por el estudio de *ComScore*, los cuales indican que 945,040 millones de personas diferentes a nivel internacional utilizaron redes sociales a lo largo de julio de 2010.

Respecto al ingreso en número de usuarios, Estados Unidos lidera el ranking con más de la mitad del país, 174,429 millones de personas utilizan redes sociales. China es el segundo país con mayor número de usuarios con 97,151 millones. El tercero es Alemania, que cuenta con 37,938 millones de usuarios únicos de redes sociales. Rusia ha experimentado el mayor crecimiento en el acceso a redes sociales en el último año, con un incremento del 74%. Brasil posee un número de usuarios únicos similar, 35,221 millones en el último julio y un incremento del 47%. Reino Unido figura en sexta posición, aunque es el país del 'ranking' que menos crecimiento ha experimentado en el último año, con un 15% más de usuarios hasta alcanzar los 35,153 millones, le sigue la India donde por primera vez Facebook se situó como la red social más popular en el país, con 20,873 millones de usuarios únicos. Hasta el momento, allí había dominado Orkut

⁴ Más de 945 millones de personas son usuarias de redes sociales
<http://www.20minutos.es/noticia/797405/0/millones/redes/sociales/> consultado 28/04/2011

(19,871 millones), una red social de Google que en el resto del mundo no ha gozado de la misma popularidad. En total, el país cuenta con 33,158 millones de personas que usan redes sociales. Por último, Francia (32,744 millones de usuarios únicos), Japón (31,957) y Corea del Sur (24,962) cierran este 'top ten' de la penetración de las redes sociales en el mundo.

Ahora bien, a nivel nacional de acuerdo al séptimo estudio realizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI) acerca de los “Hábitos de los Usuarios de Internet en México” publicado en mayo del 2011, existen 34.9 millones de usuarios de Internet en nuestro país, los cuales permanecen conectados aproximadamente 3 horas y media promedio por día, y el uso de las Redes Sociales es la principal actividad de entretenimiento que llevan a cabo.

Dentro de los principales usos que el internauta realiza en las Redes Sociales se encuentra la comunicación con familiares y amigos en primer lugar, posteriormente el seguimiento y opinión de cultura, entretenimiento y deportes y, en tercer lugar el seguimiento y opinión sobre las últimas noticias.

Este mismo estudio señala que 6 de cada 10 internautas mexicanos acceden a una red social diariamente, el porcentaje de mujeres que acceden es 5% mayor al número de hombres que lo hacen y la red que más conocen y a la que más acceden es Facebook, seguida de You Tube y Twitter en tercer lugar.

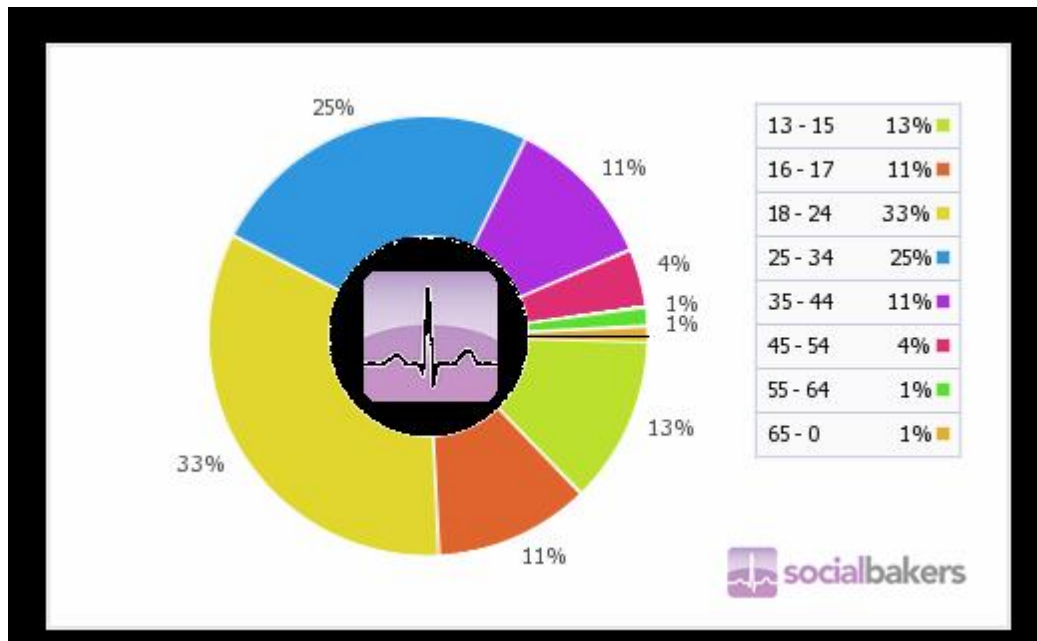
Facebook al día de hoy⁵ registra según datos del sitio web *socialbakers.com* que en México existen 23 650 640 usuarios registrados, ubicando a nuestro país en la sexta posición en cuanto número de usuarios de Facebook a nivel mundial y en el número uno en América Latina.

Respecto a la edad de los usuarios vemos que la red se mueve mayoritariamente entre los jóvenes de 18-24 años con un 33%, de 25-34 años con

⁵ socialbakers.com consultado 1/mayo/ 2011

un 25% y de 13-15 un 13% (Figura 1.3). La proporción entre hombres y mujeres está equilibrada en un 50%.

Figura 1.3 Distribución de la edad del usuario en Facebook en México (Tomada de www.socialbakers.com)



Se debe considerar que los números cambian día con día, no son estáticos, así como no lo es la Web. Otros datos relevantes de Facebook son que a finales 2010 era el segundo sitio más visitado en Internet con aproximadamente 743 millones de usuarios cada día, el buscador Google es el que ocupaba la primera posición, sin embargo es relevante que los usuarios se detienen más tiempo en Facebook (33 minutos) que en el buscador (menos de 11 minutos), recorriendo en este último un promedio de 11 páginas y 13 en el caso de Facebook (alexa.com citado por Trejo, 2010).

Finalmente los números mostrados permiten dar cuenta del nivel de penetración que las Redes Sociales tienen en la actualidad, sin embargo estos números son sólo un reflejo de las cuentas generadas en un nivel general y computarizado, por lo cual se reconoce que difícilmente esto es un reflejo de la

actividad real que llevan a cabo los usuarios, abriendo la posibilidad de evidenciar y re-significar su uso en el ámbito educativo.

1.7 ¿Redes Sociales en Internet para la Educación?

Las Redes Sociales en Internet han ido evolucionando y cambiando sus estructuras, así como la penetración de éstas en la vida de los usuarios. De tal forma que entre los años 2010-2011 de acuerdo a los resultados de la 3ra oleada del Informe “Observatorio de Redes Sociales” realizado por la agencia The Cocktail Analysis en el año 2011, se considera que la evolución en las Redes Sociales es más cualitativa que cuantitativa. Si bien la penetración crece ligeramente, ya había llegado a casi la totalidad de los internautas.

- La tónica general pasa por la selección: el uso se centraliza en redes globalizadoras, que pasan de su concepción como redes de relación a redes con funcionalidades prácticas. Facebook como tótem de esta apertura.
- La capa social invade los espacios web: todo se vuelve social y definir qué es red social se vuelve aún más complejo (y quizás innecesario).
- La penetración parece haber tocado techo: Algunos usuarios que hoy no están, ya han estado.
- La presencia de las marcas no se cuestiona: ya no es un territorio exclusivo del usuario. De la coexistencia a la funcionalidad.
- Despegue del acceso de redes en movilidad. (p. 10)

Otro de los puntos importantes son los beneficios o motivaciones que llevan a los usuarios a utilizar las Redes Sociales en donde se puede resaltar que el uso está mayor medida sustentado en la funcionalidad como herramienta de comunicación y relación/interacción, caracterizada por la gratuidad, el paso del uno a uno a muchos y finalmente la disponibilidad.

Las interacciones generadas en las Redes Sociales resultan ser por sí mismas motivaciones para su uso, son objeto de lectura y de seguimiento “las posibilidades que ofrecen en cuanto a formatos y servicios, repertorio cada vez más amplio, enriquece el entretenimiento a través de ellas: videos, fotos, juegos, chats... Invita a explorar, “navegar” por los perfiles, enlazar de un contenido, de una conversación, etc. a otra... por interés real hacia el contenido” (The Cocktail Analysis, 2011, p. 38).

De este modo la interacción que se lleva a cabo en las Redes Sociales es fácil, exige escaso esfuerzo al usuario y es entretenida, aspecto relevante para esta investigación, puesto que esta atracción/facilidad en la interacción puede ser pieza clave y una de las potencialidades a rescatar para el ámbito educativo.

Ahora bien, los datos estadísticos así como las características e historia de las Redes Sociales en Internet nos permiten dar cuenta del impacto que éstas tienen en sus usuarios, se intuye que difícilmente un usuario activo no pertenece a alguna de ellas y por supuesto los jóvenes son los que más las frecuentan. Por ello la escuela debe reconocer que los alumnos que está formando, se reúnen fuera del aula en las redes sociales y que éstas pueden ser consideradas como escenarios educativos.

Con lo anterior no se pretende exaltar a las Redes Sociales como sinónimo de espacios de aprendizaje, cuando en realidad su función no es esa, pero es indudable que muchas de sus características poseen potencial educativo que puede ser aprovechado, sobre todo para la educación informal puesto que, ésta al ser promovida fuera del aula podría ser más atractiva para los alumnos, al mismo tiempo que no genera un sentimiento de invasión de sus espacios personales.

De acuerdo a los datos anteriores, se puede afirmar que Facebook forma parte de la vida cotidiana de los jóvenes, ya que cada vez son más los que se conectan a dicha red intercambiando todo tipo de contenidos: fotos, videos,

archivos, sitios web, etc.; pero en la mayoría de los casos no sólo se quedan en el compartir información, sino que los jóvenes interactúan con sus pares, comentando, discutiendo y muchas veces complementando esa información. Siendo esta dinámica propia de las Redes Sociales la que tal vez la escuela podría aprovechar.

La elección de estudiar Facebook como apoyo al ámbito educativo, nace con la idea de integrar lo que los jóvenes consumen fuera del aula, vinculando educación con vida cotidiana, lo cual puede resultar en el favorecimiento de aprendizajes que regularmente no son tratados en los espacios educativos. De esta forma, se pretende aprovechar las herramientas o espacios tecnológicos y explorar sus potencialidades cuando se les otorga una intención pedagógica con el fin de reconocer nuevas áreas de oportunidad para la práctica educativa que no necesariamente se dan en espacios formales como en el salón de clases.

CAPITULO II

Facebook e Interacción

Después de describir a grandes rasgos el contexto en el que nacen y se desarrollan las Redes Sociales en Internet, así como de dar cuenta del impacto que en la actualidad tienen en las sociedades mediante la exposición en cifras de los millones de usuarios que las utilizan; en este capítulo se da paso a la descripción detallada de la Red Social Facebook para posteriormente establecer un vínculo con el campo de la comunicación y a su vez con la interacción que se da a través del proceso comunicativo, diferenciando esta última de la interactividad.

De acuerdo a los datos expuestos en el primer capítulo Facebook hoy en día es la Red Social más utilizada a nivel mundial, su interfaz, sus entornos, sus aplicaciones, su facilidad de uso, entre otras características, han hecho de esta red social la favorita entre los usuarios de Internet, no obstante a la competencia que ha tenido y que sigue teniendo con la creación de nuevas Redes Sociales.

2.1 El nacimiento de Facebook

En febrero de 2004 Mark Zuckerberg estudiante universitario de Harvard lanzó el sitio web “the facebook” con la finalidad de ayudar a los estudiantes de esta universidad a conectarse entre sí. Al mes de haber salido el sitio más de la mitad de los estudiantes de Harvard habían creado un perfil. En pocos meses la popularidad de “the facebook” aumentó en gran medida y el servicio fue ampliándose a otras universidades de Estados Unidos. En el 2005 el sitio se abrió para ser utilizado por cualquier usuario de internet y acortó su nombre a “Facebook”.

Si bien es cierto que antes del nacimiento de Facebook ya existían varios sitios con las mismas características que este brindaba; como la publicación de estados o la creación y conexión a través de los perfiles, Facebook tenía la peculiaridad que “apuntaba a una comunidad preexistente, basada en conexiones fuertes en el mundo físico para crear conexiones fuertes y exclusivas en el mundo virtual” (Downes, 2010: IX), es decir, Facebook parte de las relaciones físicas que tiene el usuario en su vida cotidiana y las traslada al mundo virtual, reforzando lazos; a partir de esto Downes (2010) asegura que la estructura de Facebook es un reflejo de la propia sociedad.

Facebook se define a sí mismo como una utilidad social que ayuda a las personas a comunicarse más eficazmente con sus amigos, familiares y compañeros de trabajo. Agrega, que la compañía desarrolla tecnologías que

facilitan el intercambio de información a través del gráfico social, el mapa digital de las conexiones que existen entre las personas en el mundo real y que cualquier persona puede registrarse en el sitio e interactuar con la gente que conoce en un entorno de confianza.⁶

El crecimiento de Facebook sigue en aumento, tanto en el número de usuarios como en el número de empresas que utilizan este sitio para la promoción de sus productos. El sitio está disponible en 49 idiomas y modifica su interfaz constantemente, sin embargo hay entornos específicos que hacen de Facebook la red social más recurrida hasta el momento.

2.2 Entornos y Elementos básicos de Facebook

Para comenzar a navegar en Facebook el usuario primero debe registrarse proporcionando datos generales (Figura 2.1) como su nombre, fecha de nacimiento e introducir un correo electrónico y crear una contraseña que serán las claves de entrada para cada vez que el usuario desee ingresar al sitio.

Figura 2.1 Página de inicio de Facebook

The image shows the Facebook login and registration interface in Spanish. At the top, there is a blue header with the Facebook logo and login fields for 'Dirección de correo electrónico' and 'Contraseña', with an 'Entrar' button. Below the header, there is a section for the mobile app with a smartphone image and text: 'Conecta con tus amigos más rápido, estés donde estés. La aplicación de Facebook está disponible en más de 2.500 teléfonos.' followed by a list of features and a 'Descubre Facebook Móvil' button. To the right is the 'Regístrate' section with the text 'Es gratis (y lo seguirá siendo)'. It contains form fields for 'Nombre:', 'Apellidos:', 'Tu correo electrónico:', 'Vuelve a escribir tu correo:', 'Contraseña:', 'Sexo:' (with a dropdown menu), and 'Fecha de nacimiento:' (with dropdowns for 'Día:', 'Mes:', and 'Año:'). A 'Regístrate' button is at the bottom of the registration form. At the very bottom, there is a footer with language options and site navigation links.

⁶ Facebook <https://www.facebook.com/enespanol?sk=info> consultado 29/08/2011.

El perfil

Una vez registrado el usuario podrá acceder a una página personal denominada “*perfil*” (Figura 2.2) en donde puede complementar su información, a través de sus intereses, como formación y empleo, arte y ocio, su situación sentimental, etc., así como subir una foto que lo identifique y a través de la cual se va a dar a conocer en la red social.

Figura 2.2 Ejemplo perfil de un usuario novato

The image shows a screenshot of a Facebook profile page for a user named 'Tice Ajusco'. The page is in Spanish and includes the following elements:

- Header:** Facebook logo, search bar, and navigation links (Inicio, Perfil, Buscar amigos, Cuenta).
- Profile Picture:** A placeholder for a profile picture.
- Basic Information:** Name (Tice Ajusco), current university (Universidad Pedagógica Nacional), and a link to edit the profile.
- Education and Employment:** A section for 'Formación y empleo' showing the user's university and graduation year (Promoción del 2012).
- Interests:** A section for 'Arte y ocio' with icons for music, books, movies, TV, and games.
- Information:** A section for 'Información básica' showing the user's sex (Mujer).
- Contact Information:** A section for 'Información de contacto' showing an email address (karlasandobal@gmail.com).
- Right Sidebar:** A section for 'Anuncios' (Ads) featuring 'Expo Cafe' and 'Conviértete en Alcalde'.
- Bottom:** A chat button showing 0 active chats.

A través del perfil el usuario comparte con su grupo de amigos las experiencias que está viviendo. Los intereses aparecen en una serie de imágenes que se pueden ordenar de acuerdo al nivel de importancia que el usuario establezca y dan la posibilidad de conectar con amigos que también los compartan.

Otra de las características del perfil es que el usuario puede crear o agrupar a sus amigos en diferentes categorías destacadas, como mejores amigos, compañeros de trabajo, familia, etc.

El perfil es como la tarjeta de presentación del usuario y puede poner tanta información personal como el desee. Puede crear un álbum de fotos, subir videos, compartir links, crear notas, entre otros.

El muro

Es el espacio en donde el usuario comparte con sus amigos algún tipo de contenido, este se encuentra en la parte superior de la página de inicio y en el perfil del usuario. En este espacio se puede compartir el estado del usuario, fotos, videos, enlaces y contenidos de otras aplicaciones (Figura 2.3). Los contenidos que se comparten aparecen en el perfil del usuario y en la sección de últimas noticias.

También los usuarios pueden utilizar el muro de sus amigos para escribir o compartir. Las publicaciones serán visibles para cualquier usuario con acceso al muro de ese amigo. Sin embargo, si el usuario no quiere que nadie más vea lo que le escribe a su amigo cuenta con la opción de mensaje privado.

Facebook cuenta con un sistema de privacidad en donde el usuario puede controlar las publicaciones que él realiza en su muro y que pueden visualizar sus amigos, por ejemplo, puede dividir en grupos a sus amigos para que estos accedan solo a determinadas publicaciones o restringir a usuarios en particular.

Así, el muro es uno de los entornos donde se lleva a cabo una mayor interacción entre el usuario y sus amigos, puesto que al realizarse una publicación cualquier persona de su lista de amigos tiene la posibilidad comentar, comenzando de esta forma un proceso de interacción multidireccional en donde la interacción no sólo se da de uno a uno, sino en varias direcciones. Por ejemplo, todos los que comenten una publicación son amigos del usuario, sin embargo éstos pueden no ser amigos, pero al tener un amigo en común ellos también

pueden interactuar en comentarios directos o a través del hilo o historia de la publicación.

Figura 2.3 Ejemplo de un Muro de Facebook obtenida de <http://josezegarra.com/2010/12/05/activa-el-nuevo-diseno-de-tu-perfil-en-facebook/> 02/septiembre/2011



A continuación se describen a grandes rasgos otros entornos y elementos básicos de Facebook⁷:

Últimas noticias

Es la lista constante de actualizaciones de la página de inicio del usuario, muestra las novedades de sus amigos y las páginas de las que es seguidor. Es la página de inicio predeterminada del usuario (Figura 2.4).

⁷ Glosario de Facebook <https://www.facebook.com/help/glossary> Consultado 02/septiembre/2011.

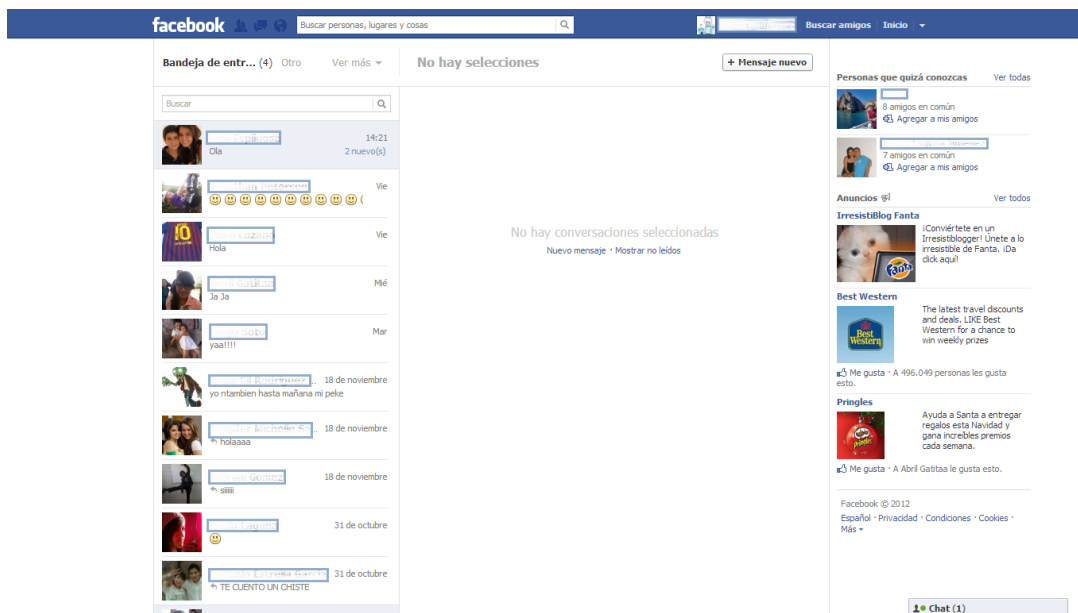
Figura 2.4 Ejemplo sección Últimas noticias



Mensajes

Es el lugar donde el usuario puede intercambiar mensajes privados, conversaciones, correos electrónicos y mensajes de texto con sus amigos (Figura 2.5).

Figura 2.5 Ejemplo sección Mensajes



Grupos

Son círculos cerrados de personas que comparten su actividad y se mantienen en contacto en Facebook (Figura 2.6).

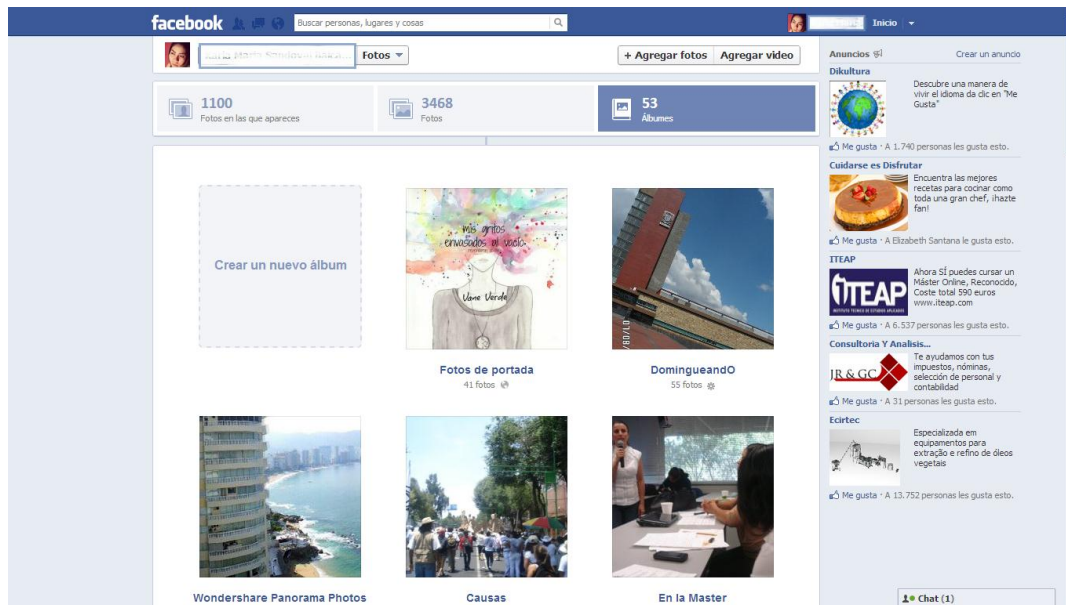
Figura 2.6 Ejemplo sección Grupos



Fotos

Es una función que le permite al usuario compartir imágenes y etiquetar a sus amigos en ellas (Figura 2.7).

Figura 2.7 Ejemplo sección Fotos



Notificaciones

Son actualizaciones por correo electrónico, in situ o mediante el móvil sobre la actividad del usuario y/o sus amigos en Facebook.

Chat

Es una función que permite al usuario enviar mensajes instantáneos o llamar a sus amigos en línea (Figura 2.8).

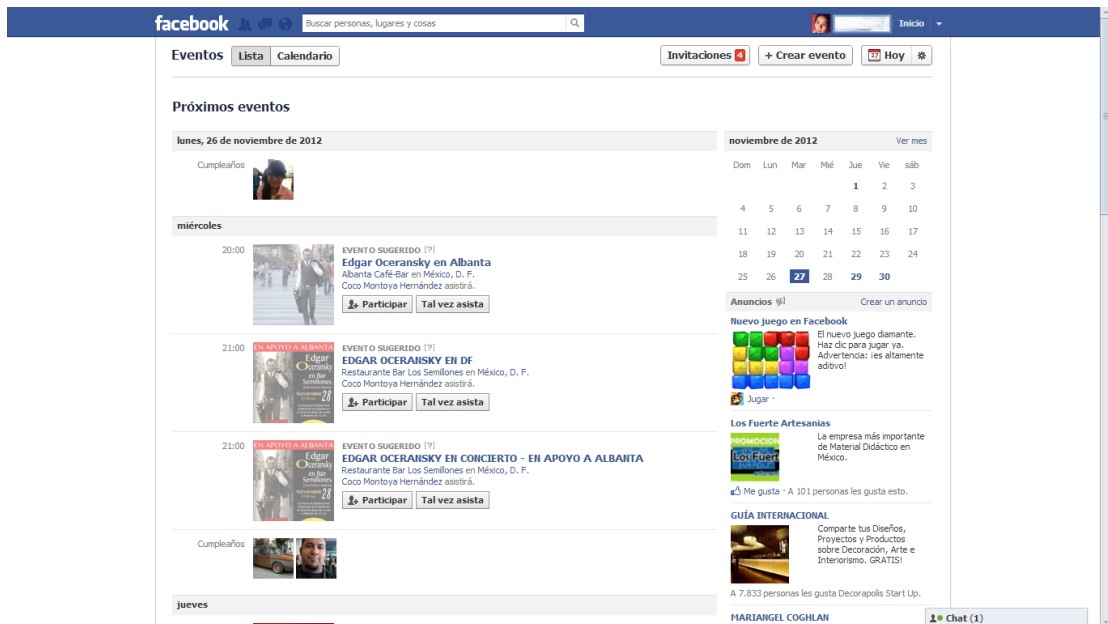
Figura 2.8 Ejemplo sección Chat



Eventos

Es una función que permite organizar encuentros, responder a invitaciones y mantener al usuario informado de lo que hacen sus amigos. Así mismo puede responder a eventos abiertos o a eventos a los que se le hayan invitado, o bien puede crear un evento (Figura 2.9).

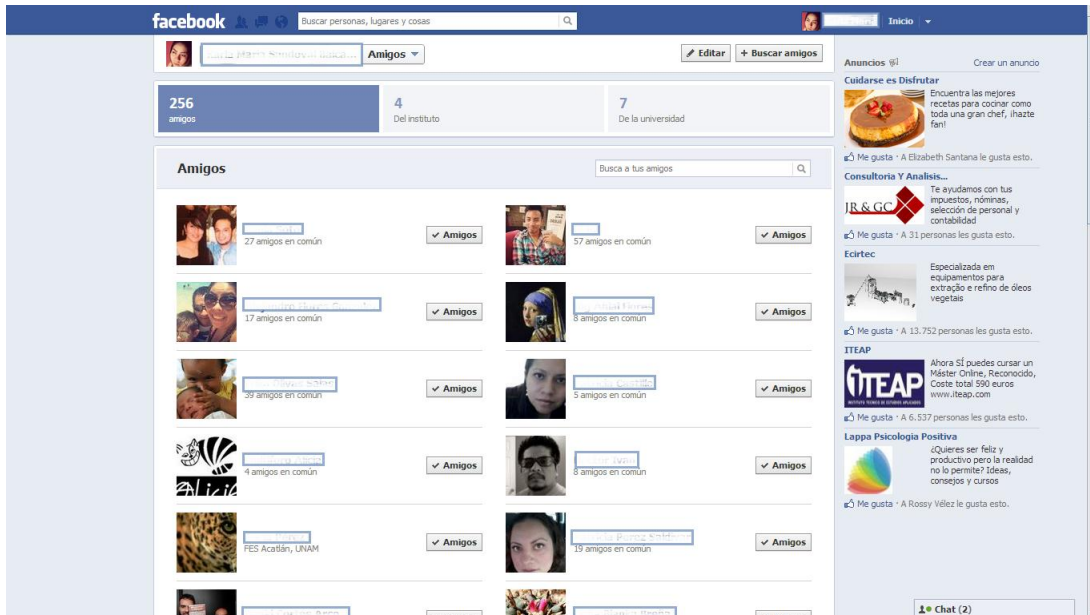
Figura 2.9 Ejemplo sección Eventos



Amigos

Son personas con las que el usuario se conecta y con las que comparte su actividad en Facebook. El usuario puede agregar amigos enviando una invitación o aceptando a aquellos que ya le han enviado una (Figura 2.10).

Figura 2.10 Ejemplo sección Amigos



Me gusta

Hacer clic en Me gusta es una forma de hacer un comentario positivo y conectar con las cosas que más le gustan al usuario en Facebook.

Notas

Es una función que permite al usuario publicar lo que está pensando en formato enriquecido, o bien importar las publicaciones de su blog externo en Facebook (Figura 2.11).

Figura 2.11 Ejemplo sección Notas



Páginas

Permiten que las empresas, las marcas y los famosos mantengan el contacto con usuarios de Facebook. Los administradores pueden publicar información y actualizaciones en la sección Últimas noticias para que las vean los usuarios a los que les gustan sus páginas (Figura 2.12).

Figura 2.12 Ejemplo de una página en Facebook



Búsqueda

Es una herramienta para encontrar personas y contenido en Facebook.

Videos

El usuario puede cargar vídeos cortos para compartir sus experiencias.

Lugares

En esta sección el usuario puede compartir su ubicación con sus amigos si visita lugares. También puede encontrar a los amigos que están cerca.

Redes

Las redes son afiliaciones que el usuario establece con colegios o lugares de trabajo en Facebook.

Enlaces

El usuario puede compartir un enlace desde la Web en Facebook.

2.2.1 Principios y Dimensiones de Facebook

De acuerdo a su página oficial, Facebook se guía y se construye bajo la lógica de diez principios⁸ que pretenden lograr un mundo más abierto y transparente, asegurando que esta Red Social promueve la sinceridad y la transparencia ofreciendo a los individuos un mayor poder para comunicarse y compartir; advirtiendo que la consecución de estos principios debería estar limitada únicamente por la ley, la tecnología y las normas sociales en continuo desarrollo. Cabe aclarar que este trabajo no pretende ahondar o entrar en la polémica de la veracidad de estos principios; sin embargo resultan relevantes en la descripción llevada hasta el momento acerca de lo que es Facebook, puesto que guían en gran parte el funcionamiento y desarrollo de la Red Social. Así pues los principios que guían a Facebook son los siguientes:

1. Libertad para compartir y conectarse

Las personas deben disfrutar de la libertad de compartir cualquier información que deseen, a través de cualquier medio y formato, y tener el derecho de poder conectarse en línea con otros (personas, organizaciones o servicios) siempre que ambas partes consientan la conexión.

⁸ Principios de Facebook https://www.facebook.com/note.php?note_id=183542805300 Consultado 07/octubre/2011.

2. Propiedad y control de la información

Las personas deben ser propietarias de su información. Deben tener libertad para compartirla con cualquiera que ellos decidan, llevarla consigo a cualquier lugar e incluso retirarla del servicio de Facebook. Las personas deben tener libertad para decidir con quién quieren compartir su información y para establecer los controles de privacidad que protejan sus decisiones. Estos controles, no obstante, no pueden limitar el modo en el que aquellos que reciben la información la utilizan, especialmente si esto ocurre fuera del servicio de Facebook.

3. Flujo libre de información

Las personas deben tener libertad de acceso a toda la información que otros pongan a su disposición. Las personas también deben disponer de las herramientas prácticas para que compartir la información y acceder a ella resulte más fácil, rápido y eficaz.

4. Igualdad fundamental

Toda persona (ya sea un individuo, anunciante, desarrollador, organización u otra entidad) debe tener representación y acceso a la distribución e información dentro del servicio de Facebook, independientemente de la actividad principal de dicha persona. Debe existir un conjunto único de principios, derechos y responsabilidades que se apliquen a todas las personas que utilicen el servicio de Facebook.

5. Valor social

Las personas deben tener libertad para forjarse confianza y reputación a través de su identidad y sus conexiones, y no deben ser retiradas del servicio de

Facebook por razones diferentes de las descritas en la Declaración de derechos y responsabilidades de Facebook.

6. Plataformas y estándares abiertos

Las personas deben contar con interfaces programáticas para compartir y acceder a la información que se pone a su disposición. Las especificaciones para estas interfaces deben publicarse y ser accesibles para todos.

7. Servicio fundamental

Las personas deben ser capaces de utilizar Facebook de forma gratuita para establecer una presencia, conectarse con otros y compartir información con ellos. Toda persona tiene que poder utilizar el servicio de Facebook, independientemente de su nivel de participación o contribución.

8. Bienestar común

Los derechos y responsabilidades de Facebook y de las personas que lo utilizan deben describirse en una Declaración de derechos y responsabilidades, que tiene que ser coherente con estos principios.

9. Proceso transparente

Facebook debe publicar la información acerca de su propósito, planes, políticas y operaciones. Facebook debe tener un procedimiento de notificaciones y comentarios, así como un sistema de votos, que fomenten la participación y el debate sobre las modificaciones de estos principios o los derechos y responsabilidades.

10. Un mundo

El servicio de Facebook debe traspasar las barreras nacionales y geográficas y estar disponible para todo el mundo.

2.2.2 Dimensiones de Facebook

A través de la puesta en práctica del *Proyecto Facebook*, Alejandro Piscitelli (2010) y su equipo establecieron las dimensiones de Facebook, mismas que sirven para analizar la Red Social a partir de cortes analíticos e hipótesis que se realizaron dentro del gran objeto de estudio que era Facebook y que están relacionadas con la problematización de un aspecto significativo correspondiente a la relación establecida a partir del uso entre la plataforma y quienes la usan. A continuación se enlistan cada una de ellas retomando solo la información relevante para fines de esta investigación, sin embargo se pueden consultar completamente desarrolladas en el libro de dicho proyecto.

1. Dimensión arquitectura

“La arquitectura de una red social implica limitaciones impuestas <<desde arriba>> de ese <<jefe>> que <<construye>> los parámetros mediante los cuales los habitantes podrán circular y convivir en ese espacio” (Sued, 2010, p. 60). En esta dimensión se intentó detectar los límites y posibilidades de transformación y de superación de los mismos, centrando el análisis en tres conceptos: interfaz, contenidos y circulación.

Respecto a la interfaz de Facebook existen elementos opacos que hacen que prácticamente pase inadvertida y otros transparentes que la hacen evidente, la mayoría de los elementos transparentes se relacionan con la individualidad del sujeto, como la foto de perfil, la información o el muro y los elementos opacos con las actividades que incluyen una interacción con el otro, como el chat. De tal forma

que cuando una plataforma se vuelve completamente transparente el uso y la práctica son innecesarios y tiene que volver a haber opacidad para generar la práctica o viceversa; con lo anterior se puede decir que Facebook tal vez necesita cambios para mantenerse vigente y evolucionar para permanecer en el gusto de los usuarios.

Así en Facebook se observa que el usuario no es el que decide la visibilidad de las herramientas que más usa, puesto que está establecido por la interfaz, la cual no ha sido estática y ya se ha rediseñado en varias ocasiones, rediseños que no han sido casuales ni inocentes, dejando claro que la interfaz prioriza algunas herramientas sobre otras. “El espacio central está reservado para la autorreferencialidad. En este sentido, la prioridad la tendrán el muro, el <<¿qué estás pensando?>>, las fotos y los videos. Por otra parte las herramientas que apelan a la heterorreferencialidad ocupan un evidente segundo plano” (Sued, 2010, p. 61).

Siguiendo esta lógica, cada herramienta conduce a un tipo determinado de flujo de información o de contenido con diferentes fines, en Facebook se reconocen cuatro modos: a) *Puerta a puerta* (solicitudes de amistad, invitaciones a eventos, avisos, recomendaciones, etc.), están escritas de modo particular aunque la información puede referirse a muchos como las invitaciones, dan la sensación de estar diciendo <<quiero que veas esto o vengas a tal lado>>, b) *Barrilete* (posteos de estado, publicación de videos o álbumes de fotos, algunas aplicaciones de test, etc.), los usuarios realizan publicaciones y estas aparecen en la página de noticias de todos sus contactos, quedando a la expectativa de que alguien los comente o interactúe con ellos; en este caso así como en el anterior la circulación de la información es push –las actualizaciones llegan a los usuarios sin que éstos tengan que ir a buscarlas-, c) *Colectiva* (grupos o páginas de fans) la información se dirige a todos los miembros del grupo, sin embargo aquí el flujo de la información es pull –cada usuario tiene que ingresar al grupo para enterarse de las novedades-, d) *Boomerang o ping pong* se da en espacios más cerrados como

el chat o los mensajes privados donde ya se sabe quién va a contestar puesto que están dirigidos a uno o varios usuarios en concreto.

La arquitectura de Facebook “incentiva a mirar y prestar atención a lo que hacen, piensan, dicen y quieren nuestros amigos, y es posible hasta compartirlas con otros; mientras que aquel que se exhibe ni siquiera lo sabe” (Sued, 2010, p. 62).

2. Dimensión identidad

De acuerdo a Ellison, *et al.* (2007) citado en Sued (2010) en las Redes Sociales las prácticas de comunicación y sociabilidad llevan a sostener y consolidar los lazos sociales *offline* preexistentes; esto supone entonces que en “Facebook las prácticas tecnológicas se orientan a lo que llamaremos la <<construcción del yo>> estrategias y narrativas que posibilitan contarle a los otros nuestra propia vida” (Sued, 2010, p. 62).

Tal cual como sucede en el mundo físico en Facebook sin los otros no existe el yo y por ende nunca se está solo; el perfil se convierte en un lugar social entre los amigos, apareciendo los roles del otro y lo socialmente aceptado como fuerte condición en la construcción de la identidad, las cuales se construyen colectivamente o a través de la suma de las interacciones con los otros, siendo el comentario donde se centra la atención y la opinión. “En la relación uno/otro se da un conjunto de interacciones interesantes y superadoras de la dicotomía. Distinguimos tres tipos de relación entre la identidad y la alteridad. En primer lugar, construyo mi yo para el otro. En Facebook no hay autismo, un perfil sin amigos sería invisible. En segundo lugar, para ser yo, también tengo que ser otro: comento para que me comenten, miro para que me miren. En tercer lugar, el otro construye mi yo: comenta en mi muro, me etiqueta en fotos, sube fotos en mi perfil, elige, o no, mostrarme y mostrarse mostrándome” (Sued, 2010, p. 63).

3. Dimensión Participación

En esta dimensión se propone que participar en Facebook es “promocionar, difundir, dar a conocer y unir. Participar en integrar ideas, pertenecer y construir identidad” (Sued, 2010, p. 62), esta participación es caracterizada por una generación de contenidos que se vinculan al consumo de una plataforma; de tal forma que consumo, producción y participación están relacionadas fuertemente.

A través del análisis de los diversos niveles de participación se ha creado una primera tipología de usuarios la cual comprende los siguientes:

- a) Usuario adherente: Su participación se limita a formar parte o pertenecer a grupos o páginas de fans, expresa una opinión o posicionamiento que construye su identidad como usuario y la del grupo en cuestión.
- b) Usuario comentador o linker: Su participación se da principalmente en perfiles de usuario, fotos, asociado a posts de estado y en grupos o páginas de fans; este usuario enriquece el contenido publicado por otros usuarios agregando información de contexto, opinión, etc. Su participación suele inducir la participación de otros usuarios.
- c) Usuario recomendador: Similar al anterior pero con la diferencia de que este usuario señala, marca y/o comparte su selección de contenidos producidos por otros usuarios generalmente fuera de Facebook.
- d) Usuario productor: Su participación supone producción de contenidos tanto fuera como dentro de Facebook, incluyendo a aquellos que diseñan aplicaciones para dicha Red.
- e) Usuario crítico: Su participación se basa en el cuestionamiento de las características de la plataforma, por ejemplo los cambios en la interfaz.
- f) Usuario conversador: Su participación saca provecho de las características de la plataforma con la finalidad de intercambiar un diálogo o conversación con los consumidores de una marca devenidos en prosumidores.

4. Dimensión comunidades virtuales

Las comunidades virtuales hacen referencia a “agregados sociales que surgen de la red cuando una cantidad importante de gente lleva a cabo discusiones públicas durante un tiempo suficiente con sentimientos humanos indispensables para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio. Entornos cognitivos, no geográficos, que exigen actos de construcción e imaginación del contexto al que sus miembros pertenecen” (Sued, 2010, p. 66). Por lo anterior, podemos considerar que Facebook más que una comunidad virtual, es una macrocomunidad que aloja a cientos de miles de microcomunidades.

Las comunidades en Facebook se conforman de cuatro elementos principales: “el surgimiento de debates públicos, el apoyo de los miembros a distintas causas, la formación de una identidad individual y grupal y la estrecha relación entre lo real y lo virtual” (Sued, 2010, p. 66).

5. Dimensión convergencia

La convergencia implica una modificación tanto en el modo de producción como en el consumo. Facebook se ha presentado como un espacio convergente; “receptor de diferentes prácticas culturales, pero también como un espacio virtual complementario de otros donde los usuarios centran sus actividades e intereses culturales” (Sued, 2010, p. 61).

Cuando los usuarios de Facebook participan con una publicación/producción, se genera una convergencia de puntos de vista en una plataforma que, posibilita la expresión por parte de todos los usuarios de forma horizontal, sin jerarquías; lo cual tiene como consecuencia la inteligencia colectiva.

6. Dimensión materialidad

Esta dimensión analiza las implicaciones materiales de Facebook, en donde la hipótesis es que “los consumidores se convierten en prosumidores⁹ al participar en la creación de bienes y servicios en lugar de limitarse en consumir el producto final” (Sued, 2010, p. 68). De tal forma que Facebook ahora representa una nueva forma de entretenimiento, comunicación y transacción.

2.3 Nuevas formas de comunicación

En el campo comunicativo se ha visto como en muy poco tiempo el paradigma comunicacional se ha transformado desde la inclusión de las TIC, anteriormente los mass media fomentaban la recepción pasiva de los mensajes, no había una intervención por parte de los usuarios puesto que los productos se entregaban acabados; en la actualidad la tecnología permite una participación activa y más plural, los usuarios ya no están predispuestos para ver un solo programa realizado desde una perspectiva de sociedad homogénea, ahora los usuarios con acceder a Internet pueden encontrar una gran diversidad de información, de programas, de herramientas, etc., y el ser un receptor pasivo y/o activo, hoy está en sus manos.

2.3.1 El proceso comunicativo

Las formas de comunicarnos han cambiado, los modelos comunicativos responden a estas nuevas formas a través de teorías que explican los procesos comunicativos. Para explicar la comunicación humana anteriormente se utilizaba el modelo lineal o de transmisión, el cual consistía en un emisor, un mensaje, un receptor, un contexto, un canal y una respuesta; posteriormente se agregaron los

⁹ Entiéndase como aquellos usuarios que ya no sólo consumen información o contenidos, sino que ahora también son productores de los mismos.

conceptos de intención y efecto. Sin embargo, esta teoría fue perdiendo validez ya que solo servía para describir el proceso desde una mirada técnica y dejaba de lado aspectos sociales, psicológicos y antropológicos de la comunicación (Cuadrado, 2008).

Por comunicación en primera instancia podemos entender “el proceso por el cual un individuo entra en cooperación mental con otro hasta que ambos alcanzan una conciencia común” (Noseda citado por Kaplún, 1998, p. 55); de esta forma comunicación va más allá de una transmisión de mensajes por parte de un emisor hacia un receptor, comunicación no es sólo una transmisión de información.

Para abordar la comunicación es necesario tomar en cuenta al menos cuatro criterios, así, podríamos primero distinguir dos modelos comunicativos, uno unidireccional y otro bidireccional, siendo el segundo el que realmente propicia una comunicación. El segundo criterio refiere al número de personas que participan, ya sean individuales o colectivos, así como si son directos o mediados por un artefacto tecnológico. El tercero se puede considerar a partir de si la comunicación es libre, voluntaria o impuesta y por último se podría realizar en función del impacto que el mensaje produce, del contenido y de su ubicación.

Para Kaplún (1998) el término de comunicación implica diálogo, intercambio; relación de compartir, de hallarse en correspondencia, en reciprocidad; dicha comunicación “no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia a través de medios artificiales). Es a través de ese proceso de intercambio como los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria” (p. 55).

De esta forma el proceso comunicativo debe permitir ser alternativamente emisores y receptores intercambiando mensajes en un ciclo bidireccional y permanente; de lo cual se desprende el concepto de interacción.

2.4 Interacción e Interactividad

El proceso comunicativo al tener como metas el diálogo y la participación lleva implícito el concepto de interacción. A continuación se presentan algunos conceptos del término:

Para Giddens citado por Pérez (2011) la interacción se concibe “como la influencia mutua que se establece entre dos entidades sociales que tienen al menos la capacidad de reconocer su mutua existencia, y que actúan en consecuencia” (p. 14).

Bettetini (1996) considera la interacción como "una forma particular de acción social de los sujetos en sus relaciones con otros sujetos [...]. Se puede hablar de interacción comunicativa también en los casos de las relaciones de uno o más sujetos con un texto y de las relaciones de uno o más sujetos con una máquina" (p. 16).

Este trabajo se basará en el concepto de Fainholc (1999) para quien la interacción contiene el concepto de “comunicación” de base, donde la idea de *feedback* designa un proceso circular característico. Se considera la “interinfluencia entre los sujetos donde lo saliente refiere a cómo las cogniciones y los sentimientos de unos son modificados por la presencia, ausencia o acción del otro o viceversa, de manera continua” (p. 57), siendo la conducta de retorno la que corresponde a la interacción.

La interacción es social porque responde a las relaciones que una o varias personas establecen en determinado tiempo y espacio y porque “lo social es parte de la dimensión de la construcción de los sujetos y los objetos en íntima interrelación” (Fainhloc, 1999, p. 59). Así pues, a través de la interacción los sujetos establecen relaciones sociales que interfluyen hasta en lo más íntimo, la cual se complementa con la noción de co-presencia, que refiere a una “especie de suceso que tiene lugar en y en virtud de una presencia conjunta” más que por vínculos o relaciones (Goffman citado por Fainhloc, 1999, p. 56), dicha presencia puede llevarse más allá de lo físico.

La interacción implica espacios de interjuego en donde se llevan a cabo intervenciones, reformulaciones y cambios, a la vez que se organizan o transforman nuevas conexiones sociales en forma de espiral, formando parte de la presencia y conducta del otro, en donde comunicación y cultura se ven reflejados y contribuyen en este proceso de interacción, Fainhloc (1999) enlista algunas de estas contribuciones:

1. Toda comunicación como totalidad es un sistema abierto de interacciones contextualizadas.
2. Todo componente tiene un valor comunicativo en un sistema de interacciones cara a cara o mediático donde todos participan resignificando los mensajes.
3. Es más importante la elaboración y el reparto de significaciones que la transmisión de información, porque comunicar es convocar y configurar un conjunto de representaciones sociales y culturales, inscriptas en prácticas colectivas que luego serán transmitidas.
4. Toda comunicación como relación psicosocial entre dos o más personas se da en un contexto cultural (real o virtual) que constituye:
 - Un entorno semiótico: lenguajes, universo de significados, discursos, representaciones, de mensajes, etc.

- Situaciones concretas espacio-temporales como escenarios de los encuentros dinámicos con normas, rituales y mitos, característicos.

5. Todo intercambio se funda en una intersubjetividad como espacio lógico de interlocución (“hablante” y “al que se le habla”) donde se comparten o transculturalizan significados.

6. Comunicar es co-construir mediáticamente (con o sin artefactos) una realidad cargada de significados, aceptando o acordando un determinado número de principios y reglas que permiten el intercambio referido.

7. El concepto de interlocutor concibe a la comunicación como encuentro dialéctico entre diferentes procesos desdoblados: yo, tú y objeto de conocimiento y procesos de interpretación en contratos y estrategias de construcción compartidas.

8. En comportamiento de cada elemento del proceso de comunicación forma parte de un juego complicado de implicancias de casualidad circular.

9. Las interacciones entre las personas son:

- Relaciones mediadas por cosas y artefactos, y
- Relaciones con las cosas mediadas por personas. (p. 59)

De esta forma se ve como la interacción no es solamente transmitir, sino que brinda la posibilidad de participación de los interlocutores. Sin embargo el concepto de interacción pudiese ir más allá, ampliarse y enriquecerse para lo cual estaríamos hablando de lo que Silva (2005) denomina como interactividad.

La interactividad es un concepto que aunque parecido y en ocasiones usado como sinónimo de interacción, requiere un cambio de paradigmas comenzando con el proceso comunicativo, en el cual el mensaje tendrá que ser modificable, en mutación, en la medida en que responde a las solicitudes de quien opera, al igual que en los actores en donde el emisor será quien construya una red (no una ruta) y defina un conjunto de territorios a explorar; no ofrece una historia para oír, sino un conjunto intrincado (laberinto) de territorios abiertos a navegaciones, interferencias y modificaciones; finalmente el receptor es el

“usuario” que manipula el mensaje como coautor, co-creador, verdadero responsable de su concepción.

Silva (2005) en sus planteamientos define la interactividad como:

Crear conscientemente la disponibilidad de un *plus comunicacional* de modo expresivamente complejo, abriéndose al mismo tiempo a las interacciones existentes y promoviendo más y mejores interacciones, ya sea entre el usuario y las tecnologías digitales o analógicas ya sea en las relaciones <<presenciales>> u <<*on-line*>> entre seres humanos. (p. 43)

Como puede observarse el autor incorpora a la definición de interactividad las tecnologías digitales como generadoras de más y mejores interacciones; aunque no las considera fundamentales para propiciar la interactividad, puesto que el cambio está en el plus comunicacional, sí las reconoce como potenciadoras y favorecedoras de ésta, de ahí la gran diferencia con la interacción.

Sí bien, la interactividad se puede considerar como un proceso más completo, es necesario resaltar que dado que el fin de esta investigación es dar cuenta de si la Red Social Facebook cuenta con espacios que favorezcan las interacciones y no el proceso en sí, utilizaremos el término “interacción” como el más adecuado para dicho trabajo.

2.4.1 La interacción en Facebook

En el primer apartado del presente trabajo se ofreció una serie de argumentos alrededor de la Web 2.0, a través de los cuales se intentó situar a Facebook como parte de la Web social en la que la participación del usuario resulta indispensable para su funcionamiento.

Facebook, al ser una Red Social, promueve la interacción entre las redes de amigos. Para lo cual cuenta con múltiples entornos en donde ésta se puede llevar a cabo y en diferentes niveles, es decir, hay entornos que favorecen una interacción más dinámica y con más personas como lo es el muro, y otros con interacciones más básicas como las fotos.

Sin embargo, se debe reconocer que estas herramientas pueden favorecer nuevas interacciones, pero no se da por hecho que la simple conversación o la existencia de la herramienta generen una interacción con los cambios y características que se plantean en el proceso comunicativo, el cual además de la participación requiere un diálogo entre los participantes que lleven a una transformación reflejada en el ámbito o aspecto del que se tratase.

Estas nuevas interacciones tendrían que favorecer “el intercambio de conocimiento colectivo y la construcción de un capital social, que se genera cuando se comparten las redes sociales, la confianza, la reciprocidad, las normas y valores para promover la colaboración y la cooperación entre las personas” (Rheingold citado por Durall, 2010, p. 2). Lo anterior resulta fundamental para la educación en la que se pretende entre otras cosas, un aprendizaje colaborativo guiado por un profesor que crea o facilita los medios y caminos para llegar a éste, propiciando una educación interactiva o participativa, en la cual ahondaremos un poco más en nuestro siguiente capítulo.

CAPITULO III

Cuando los Estudiantes están en Facebook. Diálogos Fuera del Aula

Actualmente se reconoce que la formación no sólo se recibe dentro de las aulas escolares, sino que otras instituciones como la familia o la iglesia, así como los amigos, medios de comunicación y por supuesto las TIC, educan y forman a los individuos en ocasiones sin que necesariamente esta sea su intención.

En este sentido, vemos como medios de comunicación y TIC están presentes en la vida cotidiana de los estudiantes en todos los niveles, fuera del aula pasan horas en sus celulares, viendo la TV o navegando por Internet; la escuela durante muchos años ha permanecido un tanto ajena a este otro contexto en el que los estudiantes se desenvuelven y no se ha logrado establecer un verdadero vínculo entre la educación fuera del aula y la educación formal.

En los capítulos anteriores se ha dado cuenta del uso exponencial que usuarios de Internet hacen de las Redes Sociales y en concreto de Facebook, así como expuesto las potencialidades y espacios que favorecen y propician la interacción en dicha red. Lo anterior con la intención de ir evidenciando la existencia de estos espacios y así poder establecer un vínculo entre los escenarios de interacción en Facebook y el ámbito educativo informal.

A lo largo de este capítulo se intenta establecer esta relación entre Facebook y la educación informal definiendo en principio que la mirada parte desde la comunicación educativa, en donde educación y comunicación se consideran como dos procesos entrelazados; se retoman los modelos propuestos por Mario Kaplún (1998) para ubicar la concepción que se tiene tanto de comunicación como de educación en este trabajo. Posteriormente se da paso a las TIC como medios que favorecen la interacción y la comunicación dialógica por la que promulgamos y, como parte de la cultura y de la vida cotidiana necesario a ser tomado en cuenta en las prácticas educativas.

En un segundo momento se menciona como la educación no está limitada a la escuela, posibilitando las modalidades educativas para posicionar a la educación informal como aquella que puede llegar a darse fuera del aula y en entornos que no necesariamente están diseñados con fines educativos como es el caso de Facebook. Así mismo se menciona el entorno cultural de los jóvenes y la relevancia que en la actualidad juega Internet dentro de su vida cotidiana.

En el último apartado de este capítulo se intenta hacer una articulación de lo expuesto a lo largo de este trabajo de investigación vinculando las partes que ayudan a dar cuenta de la relevancia que adquiere el estudiar espacios como Facebook con miras a ser utilizados dentro de la educación.

3.1 Comunicación y Educación nexos indisolubles

Los modelos educativos actuales de corte constructivistas o socio-constructivistas posicionan al estudiante en el centro del proceso educativo; entre otros, postulan que con ayuda del docente como orientador del aprendizaje, el estudiante será capaz de ir construyendo su propio conocimiento.

Este proceso de construcción “supone y exige el intercambio. No basta con un profesor-locutor, sea éste presencial o a distancia, y estudiantes oyentes o lectores: requiere interlocutores” (Kaplún, 2010, p. 52). De tal forma mediante la comunicación se lleva a cabo el intercambio de ideas, de visiones, de puntos de vista; ya sea de docente a estudiante, de estudiante a estudiante o de estudiante a docente.

Con lo anterior se da cuenta que la comunicación resulta indispensable para que la educación suceda, sin embargo la mayoría de las veces la comunicación que se presenta en el aula llega a ser muy elemental, en donde las interacciones suelen quedarse en un primer nivel sólo entre profesor y alumno, más no entre pares, o se limitan a responder preguntas concretas, cerrando así las posibilidades de diálogo y de intercambio necesarios para la construcción de conocimientos.

Mario Kaplún (1998) retomando las ideas de Paulo Freire y dotándolas de un sentido comunicativo propuso tres modelos de comunicación educativa, afirmando que a cada tipo de educación corresponde una determinada concepción

y una determinada práctica de la comunicación, dichos modelos son: *el centrado en los contenidos, el centrado en los efectos y el de énfasis en el proceso.*

Los dos primeros se consideran modelos exógenos puesto que ven al estudiante desde fuera, como un sujeto pasivo y como un objeto de la educación. El tercero se considera un modelo endógeno en tanto que parte del destinatario, el estudiante es el sujeto de la educación, este último en correspondencia con una visión constructivista de la enseñanza y del aprendizaje.

En la tabla 3.1 se presenta el papel que adquiere el sujeto en una determinada concepción de aprendizaje. Esta tabla permite definir y conceptualizar el papel del sujeto en una posición constructivista considerada como valiosa en el marco de la presente tesis. Tanto las concepciones y el papel del sujeto son obtenidas de las categorías analíticas propuestas por Rodríguez (2007, p. 141).

Tabla 3.1 Concepciones de Aprendizaje y Papel del Sujeto

Tipo de aprendizaje	Papel del sujeto
Aprendizaje Mecanicista	Es un individuo pasivo que sólo responde a los estímulos físicos o simbólicos del medio. El sujeto en esta concepción de aprendizaje, se distingue por ser pasivo (reactivo), repetitivo y se limita a ser receptor de lo transmitido por el mundo.
Aprendizaje por Insight	Activo, iniciador de experiencias, busca información para resolver problemas, dispone de lo que ya sabe, lo que lo conduce al aprendizaje, pues intenta comprender sus actividades internas y los factores internos que le permiten tener acciones exitosas.
Aprendizaje por Descubrimiento	Activo y adaptativo, producto de su interacción con el medio a partir de una motivación interna, responsable de su propio aprendizaje. Concibe al sujeto como un organismo biológico, como un sistema funcional, que se adapta a su entorno y entiende la mente como un producto de la evolución natural.
Aprendizaje Significativo	Activo: en la organización de los nuevos significados.

Aprendizaje Constructivista	<p>Es un sujeto que tiene un papel activo en la construcción del conocimiento, busca, provoca e interpreta la realidad, mediante representaciones, por lo que transforma sin cesar su relación con el mundo que le rodea, cambiando a la vez su manera de pensar y la realidad que está conociendo; lo que da origen a una transformación continua de la relación entre el sujeto y el objeto. Es un sujeto que se plantea cuestiones, crea o recrea problemas nuevos a medida que posee otras formas de interrogarse sobre el mundo, por lo tanto es proactivo, constructivo y dinámico. Por lo que una situación de aprendizaje <i>"es tanto más fructífera cuanto más activo es el sujeto (ser activo cognoscitivamente no se reduce, entiéndase bien, a una manipulación cualquiera; puede haber actividad mental sin manipulación, lo mismo que puede haber pasividad manipulando"</i> (Inhelder, B., Sinclair, H. y Bovet, M. Op. cit. pág. 480)</p>
------------------------------------	---

Centrado en los contenidos

Corresponde a la educación tradicional, basado en la transmisión de conocimientos, en donde el profesor deposita conocimientos en la mente del educando. Paulo Freire (citado en Kaplún 1998) nombró a este tipo de educación como bancaria en la cual “no hay intercambio de ideas. No debate o discute temas. Trabaja sobre el educando. Le impone una orden que él no comparte, a la cual sólo se acomoda. No le ofrece medios para pensar auténticamente, porque al recibir las fórmulas dadas, simplemente las guarda. No las incorpora, porque la incorporación es el resultado de la búsqueda, de algo que exige de parte de quien lo intenta, un esfuerzo de re-creación, de invención” (p. 24).

La comunicación en este modelo se reduce a la mera transmisión de información, de un emisor a un receptor. En este caso el emisor es el profesor quien dicta sus mensajes bajo su propia visión y sus propios contenidos, el estudiante es el receptor pasivo de la información. El modo de comunicación es un monólogo.

Centrado en los efectos

Este modelo sitúa al profesor como programador, en donde el trabajo a realizar se deja en manos de artefactos o máquinas, la educación es vista como una ingeniería de comportamiento. “Los principios de eficiencia dominan este tipo de educación, que tiende a la automatización del proceso asistida por instrumentos tecnológicos como los ordenadores. La perspectiva acierto o error son el final del túnel de los conocimientos que se buscan evaluar” (Crovi en Aparici, 2010, p. 114).

Se da una seudoparticipación para los estudiantes, pues los contenidos y objetivos ya están programados desde antes y la participación del estudiante se limita a ejecutarlos. “Desde el punto de vista de los valores sociales, por la vía de la recompensa individual inmediata, se implantan o refuerzan valores de carácter mercantil o utilitario, tales como el éxito material como criterio de valores, el consumismo, el individualismo y el lucro” (Kaplún, 1998, p. 39).

Aquí solo se valoran los resultados (efecto) del proceso educativo, vistos desde el logro en el alcance de los objetivos programados, no dejando cabida al raciocinio, la creatividad y la conciencia crítica. El objetivo que se busca es que el educando haga.

En cuanto al modelo comunicativo, sigue habiendo un emisor (el que comunica), un receptor, que continua teniendo un papel secundario, pero ahora se da una respuesta o reacción del receptor denominada retroalimentación, la cual es acogida por el emisor. Aunque en apariencia se puede considerar más completo al dar la oportunidad de una respuesta, no hay que olvidar que ésta se reduce a la comprobación o confirmación del efecto que se había previsto, sirviéndole al emisor como instrumento de verificación o control.

Énfasis en el proceso

Este modelo está basado en lo que Paulo Freire llama educación liberadora o transformadora, dicha educación no busca informar al individuo sino formarlo para la transformación de su realidad. El estudiante se reconoce como un sujeto activo y la educación es vista como un proceso permanente “en que el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando, haciendo suyo el conocimiento. Un proceso de acción-reflexión-acción que él hace desde su realidad, desde su experiencia, desde su práctica social, junto con los demás” (Kaplún, 1998, p. 50). El docente es un acompañante que estimula el proceso de análisis y reflexión, buscando más allá de que el sujeto aprenda contenidos, que el sujeto aprenda a aprender.

El cambio fundamental en este modelo es el paso de hombre acrítico a un hombre crítico, a través de una participación activa del sujeto en el proceso educativo. Reconociendo que “sólo participando, involucrándose, investigando, haciéndose preguntas y buscando respuestas, problematizando y problematizándose, se llega realmente al conocimiento” (Kaplún, 1998, p. 51). En este modelo no hay errores, sino aprendizajes y los conflictos son asumidos, puesto que se reconoce que sin crisis no hay crecimiento.

Otras de sus características son:

- No es una educación individual, sino siempre GRUPAL, comunitaria: «nadie se educa solo», sino a través de la experiencia compartida, de la interrelación con los demás. «El grupo es la célula educativa básica» (Freire).
- El eje aquí no es el profesor, sino el grupo educando. El educador está ahí para estimular, para facilitar el proceso de búsqueda, para problematizar, para hacer preguntas, para escuchar, para ayudar al grupo a

que se exprese y aportarle la información que necesita para que avance en el proceso.

— Este tipo de educación exalta los valores comunitarios, la solidaridad, la cooperación; exalta asimismo la creatividad, el valor y la capacidad potencial de todo individuo.

— Si la educación es un proceso, es un proceso permanente. No se limita a unos momentos en la vida, a unas instancias educativas, a un curso escolar de equis meses. La educación se hace en la vida en la praxis reflexionada. EN EL PROCESO. (Kaplún, 1998, p. 52)

El proceso de comunicación en este modelo retoma el término EMIREC propuesto por Jean Cloutier, el cual refiere a la capacidad de cualquier individuo para actuar en el proceso comunicativo como emisor y/o receptor alternativamente, intercambiando mensajes en un ciclo bidireccional y permanente. De esta forma en el sentido en que Freire menciona “«no más educadores y educandos sino educadores/educandos y educandos/educadores», diríamos hoy: no más emisores y receptores sino EMIRECS; no más locutores y oyentes sino interlocutores” (Cloutier citado por Kaplún, 1998, p. 65).

Siguiendo esta línea, en este trabajo cuando se habla de educación se hace desde la perspectiva de este último modelo; la educación como proceso de transformación a través del diálogo, la participación y la cooperación tanto del docente como del alumno, dejando un gran margen para la innovación y la creatividad, así como en la utilización de los recursos tecnológicos, dando por sentado que su fundamento epistemológico está sustentado en una visión constructivista del aprendizaje.

Se parte de la comunicación como proceso inseparable del proceso educativo, en donde las acciones en la que los actores fungen como EMIRECS mediante el diálogo es equiparable a lo que en este trabajo se considera como

interacción, estableciéndose así el vínculo entre educación-comunicación-interacción.

3.2 Educomunicación¹⁰ con tecnologías. Intenciones necesarias

La relación entre comunicación y educación nace bajo los principios de participación, autogestión y comunicación dialógica; dichos principios han permanecido frente al desarrollo tecnológico, puesto que el cambio que realmente se pretende está en el uso de viejas concepciones pedagógicas. “Los cambios metodológicos, la búsqueda de nuevos modelos pedagógicos y las prácticas interactivas basadas en el diálogo son cuestiones que están más allá del uso de una tecnología u otra” (Aparici, 2010, p. 19).

La educomunicación es una práctica educativa y comunicativa que requiere de un cambio de actitudes y de concepciones acerca de las formas de enseñar y aprender, desde esta perspectiva la comunicación dialógica se da a través del involucramiento de los docentes para promover diversas interacciones que lleven a la apropiación y construcción de aprendizajes.

Dentro de la comunicación educativa además de reconocer la importancia del diálogo para una educación transformadora, se reconoce la relevancia que tiene el contexto cultural, mediático y tecnológico en la vida cotidiana de los individuos, en donde se rescatan sus posibilidades educativas como herramientas que pueden favorecer la cooperación, el diálogo y la participación, así como la generación de conocimientos. “Como campo de conocimiento, la comunicación-educación tiene preocupaciones de orden teórico y metodológico que involucran tanto el estudio de la educación a través de los medios, como las relaciones que se establecen a partir de las mediaciones tecnológicas entre los actores del proceso de comunicación educativa” (Crovi en Aparici, 2010, p. 120).

¹⁰ También reconocida como Comunicación Educativa

Sin embargo, es sabido que las tecnologías por sí mismas no producen aprendizajes, la importancia de incorporar dichas tecnologías en el aula radica en la intención pedagógica que se les dé. Tener claro para qué las voy a usar y qué pueden aportar para la construcción de aprendizajes. En este sentido, sí bien es cierto que las TIC no son garantía de aprendizaje si no hay un propósito claro, es importante reconocer que éstas tienen un potencial educativo que al menos con los medios de comunicación no se tenía.

Las tecnologías han cambiado la concepción de receptor pasivo, pasando de ser un público a usuario-productor, brindando al individuo la posibilidad de participación; al mismo tiempo brindan nuevos espacios de aprendizaje, de interacción, multimediáticos, y por supuesto dialógicos, a través de los cuales se facilita el intercambio y se promueve el encuentro y la reciprocidad.

Las TIC a través de múltiples herramientas como plataformas educativas, tablets, sitios de intercambio social, entre otros; permiten que el receptor no tenga un papel pasivo sino en palabras de Silva (2005) que sea el “inter-actor que tiene autoría en su propia experiencia con las informaciones, significando esto que el mensaje puede expresarse como interactividad” (p. 37). Si bien Silva menciona que no necesariamente las TIC son indispensables para llevar a cabo un aprendizaje interactivo, es importante reconocer que éstas sí brindan grandes posibilidades de llevarlo a cabo, gracias a que la mayoría han sido diseñadas bajo la lógica de un usuario más activo, que puede llegar a la producción de contenidos.

Sin embargo, para que las TIC nos permitan obtener ese plus en el aula es necesario un profesor con actitud comunicacional interactiva, que posibilite y abra caminos y rutas para la construcción de aprendizajes, dejando atrás modelos que sólo reproducen la información, llevar las TIC al aula con una clara intención, saber usarlas reconociendo las posibilidades que la herramienta tecnológica le brinda para generar un ambiente que disponga “al alumno a la autoría, la

participación, la bidireccionalidad y a informaciones que sean lo más variadas posible, facilitando cambios, asociaciones, formulaciones y modificaciones de contenido” (Silva, 2005, p. 37).

La educomunicación será posible en la medida en que exista un cambio metodológico, pedagógico e ideológico, reconociendo que dichas tecnologías son el medio, más no el fin, que propiciará y facilitará una educación transformadora centrada en el diálogo.

Hasta este momento se ha una revisión de los modelos comunicativos en el aula a través de los postulados de Mario Kaplún (1998), así como abordado a grandes rasgos el campo de estudio de la comunicación educativa con Delia Covi (2010) y Roberto Aparici (2010) situando a las TIC como medios que en la actualidad facilitan la interacción y el intercambio dialógico indispensables en la construcción de aprendizajes y conocimientos; puntualizando como lo señala Marco Silva (2005) que para el éxito de su utilización dentro de la educación es indispensable un profesor que propicie y dicte las rutas de intercambio e interacción.

Ahora bien, en los siguientes apartados se abordará el tema de la educación fuera de la escuela y las modalidades educativas para conceptualizar la educación informal y establecer su nexo con las TIC.

3.3 La educación más allá de la escuela

Durante muchos años la escuela ha permanecido alejada de la cotidianidad en la que están inmersos sus estudiantes. El desfase que existe entre escuela y vida cotidiana es cada vez mayor. La escuela reconoce muy superfluamente que los alumnos aprenden también fuera de las aulas, por un lado incorporando algunos aspectos de sus producciones culturales pero por otro validando sólo los

conocimientos que están asentados en sus contenidos y planeaciones. (Mordochowitz, 2004).

El proceso educativo ocurre de diversas formas y situaciones; la casa, los amigos, la familia, el parque, la calle, Internet, los medios de comunicación, etc., espacios que muchas veces no se perciben como educativos pero en los cuales se generan aprendizajes, aunque, no sean intencionados como en la escuela.

El ser humano a lo largo de su vida se va formando en gran parte a través de procesos de socialización y endoculturación. Por un lado, mediante la socialización el individuo interactúa con el medio y a través de esta interacción se constituye como un miembro de la sociedad, adquiriendo sus reglas, su lenguaje, sus valores y en general su cultura. Por otro lado, mediante la endoculturación el individuo reconoce la cultura como propia, a través de un proceso de transmisión de conocimientos, valores y actitudes de unos individuos a otros.

Con la incorporación de los medios de comunicación y más recientemente de las TIC en la vida de los individuos, los procesos de socialización y endoculturación se modificaron; resultando en grandes agentes de socialización, así como favorecedores de una comunicación interactiva que da pie a nuevas relaciones humanas y por ende sociales.

A la par de las transformaciones de las formas y espacios sociales, los agentes educativos también se han transformado. Durante muchos años los principales agentes educativos fueron la familia y la escuela, posteriormente se reconoció la existencia de la educación no formal en donde intervienen la iglesia, los amigos, asociaciones, etc. En la actualidad, se han generado nuevos agentes educativos como las TIC y sus espacios.

3.3.1 Modalidades educativas: Educación formal, no formal e informal

A pesar de reconocerse la existencia de agentes educadores externos a los tradicionales, resulta todavía complicado encontrar un acuerdo entre los autores al momento de buscar clasificaciones de las modalidades educativas, algunas de las cuales ni siquiera reconocen la existencia de la educación informal.

No obstante, existe una clasificación más extendida y aceptada, la cual considera que “la educación puede ser *formal*, como sistema educativo organizado e institucionalizado, *no formal*, como educación organizada fuera del marco académico, e *informal* para referirse a los aprendizajes obtenidos como consecuencia de la interacción del individuo con el medio” (Cuadrado, 2008, p. 39).

Los límites entre una modalidad y otra en ocasiones suelen ser imprecisos, puesto que los espacios, contenidos y tiempos cambian y se transforman continuamente; un claro ejemplo se puede observar con la incorporación de las TIC en la sociedad abriendo nuevos espacios y formas de aprendizaje.

Educación formal

La educación formal es aquella que se recibe y está certificada institucionalmente, se brinda a través de un sistema escolarizado y de estructura jerárquica desde el jardín de niños hasta la universidad. La UNESCO (citado por Cuadrado, 2008) la define como “aquella que se imparte en establecimientos educativos aprobados, en una secuencia regular de ciclos lectivos, con sujeción a pautas curriculares progresivas, y conducente a grados y títulos” (p.40).

El aprendizaje ocurre en contextos organizados y estructurados ya sea en instituciones educativas o centros de trabajo. Su función es preparar a los

individuos para la vida adulta o para el trabajo y es completamente intencional desde la perspectiva del educando.

Cuadrado (2008) menciona las siguientes características que definen la educación formal:

- Es intencional y planeada, y su acción es visible y reconocida por toda la sociedad.
- Los agentes educativos de la educación son profesionales titulados que deben reunir unos requisitos de idoneidad para desempeñar su función.
- Se desarrolla en un espacio concreto: el centro educativo y sus instalaciones. Su duración se reduce a una etapa concreta, estructurada en tramos educativos y organizada por un solo organismo; el Ministerio de Educación.
- Sus contenidos están enmarcados en un contexto social y una cultura determinada y su concepción es academicista.
- La modalidad educativa formal está dirigida a un destinatario infantil y juvenil, aunque también contempla la educación de adultos. El nivel de conciencia de los conocimientos y de la propia acción educativa adquirida es alto. (p. 42)

Los contenidos y aprendizajes en la educación formal ya están previamente establecidos y planeados, no dejando espacio para la espontaneidad e improvisación. Por otro lado, los únicos agentes educativos son profesionales como maestros y profesores. Se entiende por agente educativo “aquello (persona o cosa) que produce un efecto. Agente educativo será así, lo que realiza una acción que produce un efecto educativo” (Trilla citado por Cuadrado, 2008, p. 44).

Educación no formal

La UNESCO¹¹ define a la educación no formal como aquella “que se ofrece con el objetivo de complementar, actualizar, suplir conocimientos y formar, en aspectos académicos o laborales sin sujeción al sistema de niveles y grados establecidos”. Regularmente se organiza y lleva a cabo fuera del aula, con objetivos específicos y con el respaldo de alguna persona u organización.

El proceso educativo no es intencional desde la perspectiva del educando, es voluntario, planificado pero ampliamente flexible, tiene una gran diversidad de métodos, ámbitos y contenidos en los que se ejecuta.

La educación no formal aparece cuando se reconoce que existen necesidades educativas que se desarrollan fuera de la escuela, en espacios sociales, laborales, de ocio o de tiempo libre. Abarca tanto aspectos que complementan la escuela como de educación permanente, así como actividades de la pedagogía del ocio y de formación profesional.

Algunas de sus características de acuerdo a Cuadrado (2008) son:

- Los procesos formativos en esta modalidad están organizados por un número amplio y heterogéneo de entidades: organizaciones ciudadanas, universidades populares, asociaciones, sindicatos, escuelas de animación, etc., y su participación, en general, es de carácter voluntario.
- La sociedad la percibe como un sistema difuso de educación no tan organizado ni estructurado como la educación formal cuyos contenidos son más abiertos a diversos contextos sociales y a otras culturas.
- Está destinada a personas de cualquier edad, su concepción es más participativa y no da lugar a titulación académica.

¹¹ Fuente <http://www.oei.es/quipu/colombia/ibecolombia.pdf>

- Su acción es visible ya que normalmente existe un grupo y un formador, muchos de los voluntarios, aunque el nivel de consciencia de los conocimientos adquiridos en algunos casos es menor que en la escuela, ya que su acción se identifica más con la diversión que con la formación, como es el caso de la educación para el tiempo libre. (p. 47)

Los contenidos son muy diversos, gran parte de ellos encaminados a aspectos o conductas sociales, a través de las cuales se pretende formar agentes sociales o mediadores que puedan intervenir desde otros espacios, no necesariamente escolares, trabajando así con otro tipo de población.

En esta modalidad se incluyen aquellas actividades que manifiestamente no son educativas, pero que tienen algunos componentes que favorecen el proceso de aprendizaje. Los agentes educativos no están bien definidos, puesto que puede ser desde un docente, un museo, una asociación o una iglesia.

Educación informal

La educación informal ocurre fuera de la educación formal, en las situaciones cotidianas, a través de la exploración y la experimentación. Es difícil de medir, regularmente es espontánea, es un resultado natural de la interacción entre las personas. Sucede a lo largo de la vida en donde las personas aprenden de los acontecimientos cotidianos. Su principal característica es no contar con ninguna certificación o grado y no guiarse por ningún currículo.

La UNESCO¹² la define como “todo acontecimiento libre y espontáneamente adquirido, proveniente de personas, entidades, medios masivos de comunicación, medios impresos, tradiciones, costumbres, comportamientos sociales y otros comportamientos no estructurados”.

¹² Fuente <http://www.oei.es/quipu/colombia/ibecolombia.pdf>

Es un proceso a través del cual las personas adquieren y acumulan conocimientos, habilidades, actitudes y percepciones. Lo anterior mediante las experiencias diarias y las influencias del entorno, tales como las actitudes familiares, los viajes, leyendo libros, revistas y/o periódicos, viendo videos en internet, platicando con los amigos, comprando en el mercado, escuchando música, etc.

Para Cuadrado (2008) las características de la educación informal son:

- Concepción lúdica y no organizada; no es necesaria la intervención de un profesional de la educación o de un adulto por lo que se incrementa el riesgo de aprendizajes no deseados.
- Su acción no es visible ante la sociedad y el nivel de consciencia de los acontecimientos adquiridos por las personas es muy bajo.
- Actúa en todo momento durante toda la vida y su acción afecta a todos, también a padres, educadores y formadores por lo que su efecto se multiplica.
- Es más atractiva, más divertida y entretenida ya que utiliza recursos audiovisuales y tecnológicos por lo que es más eficaz: el destinatario no ofrece resistencia al no ser consciente de estar siendo educado.
- En ocasiones, su objetivo no es el de interés del destinatario de la acción educativa sino el del promotor del proceso.
- Las estrategias que utiliza son: contexto permanente y universal, lenguaje audiovisual, estimulación subliminal, seducción, manipulación, creación de necesidades, control de los medios de información, entretenimiento y diversión, estado de opinión, etc.
- <<Los aprendizajes informales son los transmitidos por las estructuras en las cuales los individuos viven y actúan (familia, grupo de pares, asociaciones voluntarias en sentido amplio) y la sociedad global por medio de sus subsistemas (producción, comunicación, consumo) sin que haya intención de aprender por parte del individuo>> (Paín, 1992:117).

- El individuo es quien desencadena el proceso de aprendizaje. El punto de partida es el interés o la preocupación del individuo. (p. 51)

Los contenidos en la educación informal son inmensos, digamos que abarcan todos los ámbitos; el aprendizaje no está estructurado en cuanto a tiempo ni objetivos y aunque puede ser intencional en la mayoría de los casos no lo es. “El aprendizaje informal se lleva a cabo por cuenta propia, ya sea individual o colectivamente, sin que exista ninguna imposición externa de criterios y sin instructores formales” (Livingstone citado por Cobo, 2011, p. 115).

Regularmente el contexto en el que se desarrolla esta modalidad no es identificable como educativo, puesto que se desarrolla en los espacios de convivencia donde se suscitan relaciones sociales.

Los agentes educativos en la educación informal son numerosos y diversos, van desde la familia pasando por los amigos, la televisión, el trabajo, la publicidad, los comics, los juguetes, la música, etc., hasta Internet y sus entornos.

Como se decía en párrafos anteriores la línea que separa una modalidad de la otra es muy delgada, sobre todo en la educación no formal de la informal; en este sentido Herrera (2006) hace la siguiente distinción: “La educación no formal es un proceso educativo voluntario, pero intencionado, planificado, pero permanentemente flexible, que se caracteriza por la diversidad de métodos, ámbitos y contenidos en los que se aplica. Frente a la educación formal que está limitada por el sistema educativo con las ventajas y desventajas que ello supone y la educación informal que está inseparablemente unida a cualquier experiencia de aprendizaje vivida en situaciones cotidianas y que pudiendo ser intencionada, no está planificada” (p. 13).

3.3.2 La educación fuera de la escuela

Si bien en la actualidad se reconoce que los sujetos aprenden no sólo en la escuela sino de su entorno y de sus experiencias fuera de ella, sigue existiendo una separación en cuanto a la importancia de estos aprendizajes, validando sólo aquellos que están dentro del currículum y dejando en segundo plano, aquellos que para los alumnos pudiesen resultar más atractivos y con mayor significado.

La escuela parece estar completamente alejada de la vida y de las experiencias que sus alumnos tienen fuera del aula, fomentando dos mundos o realidades ajenas. Los estudiantes pasan un tiempo considerable frente a las computadoras, en chats, en redes sociales, viendo videos, descargando música, mandando mensajes en sus celulares o viendo televisión, entre otros. Disfrutan de estos nuevos entornos a través de los cuales se comunican con sus amigos; las imágenes, el sonido, los teclados, el movimiento, los colores, los clicks, los hipervínculos, las descargas, los videos, los chats, los smartphones, las tablets, los Ipod, los sitios web, las redes sociales, los blogs, las pantallas, la usb, el disco duro, las aplicaciones, etc., se han convertido en el capital cultural de nuestros estudiantes.

Y no es que ahora tengan más tiempo libre en comparación con los estudiantes de hace una década, o que se pasen sus días de ociosos, como mucha gente los llega a calificar, más bien pasa que “están inmersos en las relaciones interactivas en las cuales integran el conocimiento y las relaciones entre pares de un modo totalmente distinto al de los adultos, por ese motivo su visión de la realidad se construye tejiendo los hilos o las partes de los hechos y situaciones a través de la navegación en Internet” (Quiroz en Aparici, 2010, p. 191), así como de toda la tecnología que los rodea.

Es importante hacer notar que esta descripción no es una generalidad, hablamos de tecnologías como de medios de comunicación por igual, en el

sentido de la cultura que los estudiantes consumen fuera del aula; los cambios y situaciones vividas por las generaciones sabemos que difieren de persona a persona y de población a población. Las tecnologías han cambiado muchas de las prácticas culturales, pero se reconoce que el problema del acceso no está resuelto de la misma forma para todos.

En este sentido la escuela y en concreto los docentes tendrían que buscar nuevas alternativas tomando en cuenta los contextos en donde se desarrollan los estudiantes, considerando “asuntos derivados de los tiempos, los espacios, la información y el conocimiento, el trabajo en equipo, la interacción y la valoración de la tecnología, al momento de pensar en la problemática relación entre lo que ocurre con los educandos y sus relaciones dentro y fuera de la escuela” (Quiroz en Aparici, 2010, p. 197).

Los estudiantes van a la escuela a aprender el conocimiento teórico, pero fuera de ella reciben una educación informal que promueve aprendizajes para la vida cotidiana, para su entorno inmediato; de esta forma, se trata de reconocer que en este diálogo necesario para una educación transformadora la inclusión de los estudiantes no refiere sólo a su participación en actividades escolares, sino a la incorporación, consideración y reconocimiento de lo que consumen fuera de la escuela y a través de lo cual también se están formando.

En estos últimos apartados se ha hablado de las modalidades educativas, reconociendo tres tipos: educación formal, no formal e informal; asimismo se ha puesto énfasis en la educación que se suscita fuera de la escuela, es decir en la vida cotidiana, conceptualizada como la educación informal, ya que como se ha señalado esta investigación se enfoca en dicha modalidad. En este sentido se menciona el uso de las TIC como uno de los escenarios principales donde los estudiantes pasan su tiempo libre, desprendiéndose así la necesidad de que estos sean insertados en los procesos educativos.

Lo anterior cobra sentido si recordamos que el propósito de esta tesis es pensar en Facebook y/o en los entornos digitales como susceptibles de ser empleados en el ámbito educativo. De esta forma en los siguientes apartados se desarrollarán las ideas sobre el vínculo que se encuentra entre Facebook y la educación informal, para finalmente cerrar rescatando la interacción que se da en dicha red social como fuente potenciadora para la generación de espacios de diálogo, que favorecen la construcción de aprendizajes y que promueven la educación transformadora abordada en párrafos anteriores.

3.4 Los estudiantes fuera del aula. Facebook y la educación informal

En la actualidad la perspectiva que se tiene de los jóvenes es de consumidores de medios y tecnologías, sabemos que con la incorporación de Internet en nuestras vidas, la sociedad y en concreto los jóvenes han cambiado las actividades en sus ratos de ocio y entretenimiento. Si bien hace apenas una década dedicaban gran parte de este tiempo a ver televisión, hoy además interactúan y se comunican con sus amigos a través de la red. Internet y las tecnologías han transformado las formas en las que viven, se comunican y aprenden.

En este sentido Aparici y Osuna (2010) mencionan que fuera de las aulas se pueden observar tres fenómenos importantes en relación al vínculo entre jóvenes e Internet:

1. En el entorno digital que proporciona Internet, los jóvenes forman parte de un <<intelecto colectivo>> con muchos individuos más que se conectan también a la red. Forman parte de una ciudadanía global con la que interactúan a través de la aportación de sus conocimientos, ideas, conversaciones, capacidad de aprender y enseñar, etc. La suma de inteligencias compartidas crea una especie de cerebro común, que ya

anticipó Lévy, cuando afirma que <<la web del futuro expresará la inteligencia colectiva de una humanidad mundializada e interconectada a través del ciberespacio>> (Lévy, 2003).

2. En los escenarios virtuales, y sin una organización social explícita, los jóvenes actúan colectivamente a través de redes sociales y comunidades virtuales construyendo colectivamente su conocimiento. La interactividad de los individuos en el espacio digital va a crear un saber colectivo, que les va a convertir en *multitudes inteligentes*, término acuñado por Howard Rheingold (2004). Para este autor, <<Internet es el ejemplo de bien público artificial con mejores resultados en los últimos tiempos. Los microprocesadores y las redes de telecomunicaciones son sólo la parte física de la fórmula que explica el éxito de Internet; en su arquitectura básica se incluyen también contratos sociales cooperativos. Internet no es sólo el resultado final, sino la infraestructura que facilita nuevos modos de organizar la acción colectiva a través de las tecnologías de la comunicación>> (Rheingold, 2004: 74). Gracias a Internet, la ciudadanía puede colaborar a nivel local, regional, nacional internacional, planetario como antes nunca fue posible. Asimismo, y reafirmando la idea de Rheingold, James Surowiecki (2004) incide en la formación de una sabiduría colectiva que supera a la de los expertos convencionales.
3. La arquitectura de participación del ciberespacio, enunciada por Tim O'Reilly (2005), proporciona a los jóvenes uno de los elementos más importantes para su expresión virtual. Esto quiere decir que la estructura reticular de la web actual se construye en torno a individuos y no a las tecnologías que conforman el ciberespacio. Tim Berners Lee define el término *intercreatividad* en el ciberespacio como la capacidad de los individuos de expresar y crear sus ideas, conocimientos, etc., de una forma original e inédita a través de los entornos digitales y generando conocimiento colectivo. En este sentido, Casacuberta afirma que <<el centro de la cultura está dejando de ser el autor, el artista, para pasar a

ser el espectador. Las obras culturales de la cultura digital ya no se construyen de forma individual, solipsista, sino de forma colectiva, organizada>> (Casacuberta, 2003: 60). (p. 310)

Considerando lo anterior Facebook resulta relevante, ya que dentro de las actividades que los jóvenes realizan cuando están en Internet la utilización de esta red social para comunicarse e interactuar con sus amigos cuando están fuera de la escuela ocupa uno de los primeros lugares. Los estudiantes pasan horas en internet no sólo en las redes sociales, sino en páginas de su interés, en su correo electrónico, viendo videos, etc., es claro que están desarrollando nuevas habilidades y por ende adquiriendo nuevos aprendizajes, aprendizajes que no se ven o que la escuela no valida ni reconoce pero que sin duda existen y se están generando.

La educación tiene que estar más adaptada a las necesidades de la vida diaria de sus estudiantes, creando y fortaleciendo espacios en donde las voces de los alumnos sean escuchadas, tomando en cuenta sus intereses así como sus realidades siendo aquí donde Facebook puede resultar significativo y relevante. “Acompañar y promover en estos espacios visiones más amplias y reflexivas y trazar recorridos complejos es tarea de los educadores, con una mirada democrática y un espíritu de aprendizaje y de innovación que nos acerque y no nos aleje” (Quiroz en Aparici, 2010, p. 202).

El salón de clases necesita reconfigurarse tomando en cuenta lo anterior y reconociendo que no sólo dentro de él los estudiantes están aprendiendo, para lo cual los docentes tendrían que cuestionarse la manera de aprovechar estos espacios de interacción para beneficio de sus clases, considerando los límites que esta incorporación pudiese tener, ya que no todo lo que se aprende fuera de las aulas tiene que formalizarse o resultar útil. Ninguna acción educativa sea con tecnología o sin ella, podrá funcionar si no existe una intención o finalidad clara de su realización.

3.5 La interacción en Facebook... Diálogos en la educación informal

A través de lo expuesto a lo largo de este trabajo se ha intentado dar un panorama general de las Redes Sociales para poder situar a Facebook como una de las más importantes a nivel mundial dentro del contexto de la Web 2.0, reconociendo sus características y las posibilidades que este entorno tiene para favorecer espacios de diálogo a través de las interacciones entre los usuarios; lo anterior resulta relevante en un primer momento puesto que dichas características lo hacen viable para ser utilizado en procesos de enseñanza, dentro o fuera de la escuela.

Facebook como se ha mencionado en el capítulo II tiene la facilidad de poder compartir fotos, videos, noticias, imágenes, links, etc., sin la necesidad de salir de la propia red, quedando abiertos estos contenidos para la generación de interacciones que en algún momento podrían llegar a diálogos. De tal forma que la función del docente en este primer momento será el de una guía que selecciona y facilita los materiales, haciendo uso del recurso Facebook y creando las rutas posibles de interacción.

Por otro lado, se ha señalado la importancia que juegan los espacios fuera del aula como espacios de aprendizaje, así como la necesidad de ser tomados en cuenta para aminorar el desfase existente entre la vida cotidiana de los jóvenes y la escuela, de esta forma es posible identificar a la Red Social Facebook como lugar de socialización en donde se generan interacciones que pueden promover aprendizajes educativos informales. Basta utilizar el propio buscador de la Red Social para encontrar temáticas de problemáticas sociales que sin ser necesariamente parte del currículum, son susceptibles de ser utilizadas por los jóvenes.

De esta forma, podemos identificar dos posibilidades educativas, ambas de modalidad informal por el simple hecho de suscitarse en un espacio fuera de la

escuela y el cual no está diseñado para fines educativos; la primera es guiada y administrada por el docente y para lo cual puede recurrir a espacios como los grupos o las páginas de Facebook en donde no irrumpe con la privacidad de sus alumnos, aspecto que no se ha mencionado pero que resulta relevante a tomar en cuenta ya que difícilmente los alumnos desean tener al maestro como parte de su red social; sin embargo estos entornos brindan la posibilidad de no atravesar este límite; y la segunda en donde el alumno recurre a la red social de forma libre en la búsqueda de temáticas de interés, y que sin ser su fin principal se logran aprendizajes que la escuela debe de comenzar a reconocer.

Ambas posibilidades permiten ver que el entorno por sí mismo genera interacciones, pero que al permitir subir materiales seleccionados y que resulten atractivos y problematizadores se puede promover el diálogo que tanto se busca en los procesos educativos de corte constructivista y vinculándolos a la vez con los consumos culturales que los alumnos tienen fuera de la escuela, no olvidando que en este proceso Facebook será el medio más no el fin que propiciará este tipo de educación, como se mencionó en los apartados anteriores. Ambas posibilidades se experimentaron en este trabajo.

CAPITULO IV

La Interacción En Facebook. Usos En La Educación Informal

Con el objetivo de identificar el potencial educativo de la Red Social Facebook y sus posibles usos desde la educación informal, en el presente capítulo se muestra la metodología utilizada así como la interpretación y análisis de los datos obtenidos a través de la publicación de materiales en el muro de la página “Socialización UPN” de Facebook.

4.1 Estrategia Metodológica

Actores objeto de estudio

Estudiantes de segundo semestre de la asignatura de Socialización correspondiente al plan de estudios de la carrera de Psicología Educativa de la Universidad Pedagógica Nacional en el semestre 2012-1.

El acercamiento con los estudiantes se realizó a través de la profesora encargada de la asignatura Luz María Garay Cruz, quién fungió como el vínculo para el contacto con los estudiantes a quienes se les invitó a participar voluntariamente en la investigación.

De los 38 estudiantes invitados, 34 se suscribieron a la página y sólo 17 participaron en el estudio.

Escenario

Con el objetivo de prevenir o detectar algún problema en la implementación del instrumento se llevó a cabo un piloteo previo que nos permitió realizar algunos ajustes en los contenidos y en la forma de presentarlos. Para esta prueba piloto se creo una página dentro de Facebook titulada “No + violencia de género”¹³, se invito a la propia red de amigos a participar, de los cuales se suscribieron 18¹⁴ y sólo participaron 8 con al menos un comentario. Se realizaron 18 publicaciones sin ninguna instrucción o pregunta alusiva al material a lo largo de tres semanas y sólo se registraron comentarios en 6 de ellas.

¹³ <https://www.facebook.com/pages/No-violencia-de-g%C3%A9nero/197532526989019>

¹⁴ Al día de hoy la página cuenta con 43 suscriptores.

Tomando en consideración los resultados del piloteo se diseñó una página dentro de la Red Social de Facebook con el título “Socialización UPN¹⁵” con el propósito de reunir en un solo espacio a los estudiantes de la asignatura. Se decidió abrir una página con la finalidad de que fueran los estudiantes quienes se inscribieran a las publicaciones sin la necesidad de *ser amigos* y con ello irrumpir en su privacidad, aspecto que podría afectar en su decisión para participar.








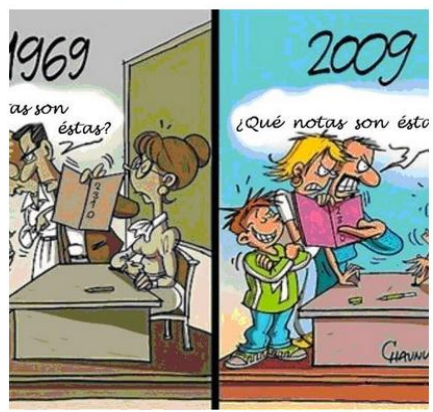
El muro de la página sirvió para realizar 6 publicaciones (5 videos y 1 imagen), cada una acompañada de una pregunta que disparará la reflexión, la crítica y el diálogo. La elección de los materiales se realizó con base en tres temas de la asignatura, que fueron: Estereotipos, Roles y Género.

Los materiales junto con la pregunta disparadora se presentan en la siguiente tabla:

Tabla 4.1 Materiales Socialización UPN

<p> Socialización UPN compartió un enlace. 20 de marzo</p> <p>¿Qué opinas del discurso de este joven integrante de la juventud panista?</p> <p>http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=VWWj0zp-xI0</p> <div data-bbox="251 1360 768 1522">  <p>Juan Pablo Castro, homofóbico y discriminador.flv www.youtube.com</p> <p>Juan Pablo Castro, joven participante en las Juventudes Panistas, puso de manifiesto su intolerancia y mostró actitudes racistas y</p> </div>	<p> Socialización UPN compartió un enlace. 20 de marzo</p> <p>En este pequeño fragmento de la serie de "The big bang theory" ¿Qué tipo de estereotipos identificas? ¿Qué piensas de ellos? (si conoces un poco más de la serie ayúdanos a ampliar esta tipología de estereotipos que presenta esta serie, también puedes compartir otros videos que nos ayuden a esto)</p> <p>http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&NR=1&v=nn9-LSSdzw4</p> <div data-bbox="876 1411 1336 1554">  <p>Sheldon Cooper: "...tells us that you participate in on mass cultural delusion..." www.youtube.com</p> <p>Sheldon talks about Astrology...</p> </div>
---	--

¹⁵ <https://www.facebook.com/pages/Socializaci%C3%B3n-UPN/381544391857230>

<p> Socialización UPN compartió un enlace. 20 de marzo</p> <p>En este comercial ¿qué diferencias de género identificas? ¿Cómo se visualiza al hombre y cómo a la mujer?</p> <p>http://www.youtube.com/watch?v=aV55EzdgVHY</p> <div data-bbox="259 420 779 588">  <p>Comercial SNICKERS® con Anahí www.youtube.com</p> <p>No eres tú cuando tienes hambre y Anahí lo comprueba en el nuevo comercial de SNICKERS®</p> </div>	<p> Socialización UPN compartió un enlace. 20 de marzo</p> <p>Observa este cortometraje ¿Por qué crees que la niña juega a ser el papá? ¿a qué reflexiones te lleva desde el punto de vista de género?</p> <p>http://www.youtube.com/watch?v=0Y1yf1R9K5s</p> <div data-bbox="860 441 1347 598">  <p>MAMÁS Y PAPÁS (MUMMIES & DADDIES) 2008 www.youtube.com</p> <p>Puedes ver e insertar este corto sin marca de agua desde: http://saladeproyeccion.blogspot.com/2006/05/paps</p> </div>
<p> Socialización UPN compartió un enlace. 20 de marzo</p> <p>En esta campaña publicitaria de una cerveza mexicana se muestran diferentes roles y estereotipos ¿cuáles identificas?</p> <p>Una vez que abordes ambos temas en clase te pido que argumentes por qué los consideras roles y por qué estereotipos ¿cuál es la diferencia?</p> <p>http://www.youtube.com/watch?v=nMgW1d1YXyo&fb_source=message</p> <div data-bbox="284 1050 787 1207">  <p>Recopilación de Comerciales Tecate por Ti www.youtube.com</p> <p>Aquí les dejo una recopilación que realice de los comerciales TECATE POR TI espero que les agrade.</p> </div>	<p> Socialización UPN 20 de marzo</p> <p>¿Qué roles identificas en esta imagen? ¿Quién los ha establecido?</p> <div data-bbox="885 819 1315 1228">  <p>The cartoon is split into two panels. The left panel is labeled '1969' and shows a woman sitting at a desk reading a book, while a man stands behind her, looking at a book. The text says '¿as son éstas?'. The right panel is labeled '2009' and shows a man sitting at a desk reading a book, while a woman stands behind him, looking at a book. The text says '¿Qué notas son esto?'. The cartoon is signed 'CHANN'.</p> </div>

Procedimiento

Puesto que el propósito de esta investigación es identificar, describir y analizar los procesos de interacción que se suscitan en Facebook con la finalidad de reconocer su potencial en procesos educativos informales, se recurrió a la utilización de una metodología de corte cualitativo, de tipo descriptiva-exploratoria para la recolección de datos, la cual busca “especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, 2003, p. 46) y se efectúa “normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de

investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (Hernández, 2003), como es el caso de Facebook con fines educativos.

Los estudios descriptivos tienen como objetivo seleccionar “una serie de cuestiones y [medir] cada una de ellas independientemente, para así —y valga la redundancia— describir lo que se investiga” (Hernández, 2003, p. 45) en este caso la selección corresponde a las interacciones generadas por los participantes a través de las respuestas a las 6 publicaciones realizadas en el muro de nuestra página en Facebook.

Uno de las intenciones de esta investigación fue identificar los niveles de interacción que los participantes tuvieron con la finalidad de analizar las posibilidades educativas de Facebook. En este sentido la prueba piloto sirvió para reconocer la necesidad de buscar y seleccionar materiales que despertaran el interés de los participantes, así como colocar a cada material seleccionado una pregunta generadora de reflexión crítica que pudiera propiciar el diálogo.

Previo a la puesta en marcha de la intervención se invitó personalmente a los 38 estudiantes a participar, explicándoles la dinámica de participación, la forma de suscribirse a las publicaciones de la página y dejando a su libre albedrío la decisión de participar. Se les dio una semana para su suscripción, teniendo para el 20 de marzo del 2012, 29 suscriptores y finalizando la intervención con 34, de los cuales sólo 17 publicaron por lo menos un comentario.

Para la recolección y análisis de información se recurrió a la técnica de Análisis de Contenido¹⁶, la cual es utilizada para la interpretación de toda clase de documentos y textos con diversas finalidades (Ruíz, 2003), en nuestro caso se interpretarán las aportaciones para identificar los niveles de interacción. En esta

¹⁶ Cabe señalar que en este trabajo se tomaron algunos puntos de la técnica de Análisis de Contenido; pero en estricto sentido, no se realizó ese trabajo a fondo. Lo que se llevó a cabo fue un análisis del número de participaciones y del nivel de interacción.

lógica se establecieron dos categorías de análisis, la primera tomando como base el tiempo y el número de participantes y la segunda con base en las interacciones. Las unidades de análisis correspondieron a cada una de las publicaciones elegidas para el estudio. Dichas categorías quedaron de la siguiente forma:

Tabla 4.2 Categoría de Análisis No. De participantes

Unidad de Análisis	Número de participaciones por semana				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
1	9	3	1	-	-
2	7	3	1	-	-
3	-	1	-	-	-
4	1	2	-	-	1
5	-	2	-	1	-
6	7	3	-	-	-
Total	24	14	2	1	1

Tabla 4.3 Categoría de Análisis Nivel de Interacción

Unidad de Análisis	Nivel de Interacción		
	Opinión	Aporta Información	Da réplica
1	11	2	-
2	9	2	-
3	1	-	-
4	3	1	-
5	3	-	-
6	10	-	-
Total	37	5	-

Para la categoría de Nivel de Interacción se establecieron tres tipos de participaciones¹⁷, partiendo del supuesto de que los alumnos podían emitir sus ideas en estos tres sentidos; opinando, aportando información y dando réplica, tomándose los siguientes indicativos para cada una:

- *Opinión*, participaciones que denotan claramente una postura sobre el tema presentado en el recurso digital, en algunos casos son críticos y muestran desacuerdo o acuerdo con lo que están observando en el recurso.
- *Aporta información*, participaciones en las cuales los alumnos comparten algún concepto, remiten algunos ejemplos o amplían información sobre el tema.
- *Da réplica*, cuando da una respuesta a la aportación de algún participante y llegan a establecer un diálogo.

Se reconoce que esta división no puede ser tan tajante y se pueden encontrar participaciones que entran en dos categorías, como opinión y aportar información o aportar información y dar réplica, sin embargo esta división se hizo con fines prácticos para analizar la información obtenida en el muro de la página.

4.2 Interpretación y Análisis de Datos

En este apartado se presentarán los resultados¹⁸ arrojados a través de la puesta en práctica de la intervención, se hará un análisis por recurso digital empleado (seis en total). Se presentará el recurso, una breve descripción del mismo y los resultados presentados de la siguiente manera:

¹⁷ Si bien en el Capítulo 2 se definió teórica y conceptualmente el concepto de interacción; en la discusión de resultados se encontró que en estricto sentido la interacción definida no se logró y por lo tanto se hace referencia a las participaciones en un nivel muy básico.

¹⁸ Los concentrados con toda la información recabada se pueden consultar en el apartado de Anexos.

- Participaciones semanales
- Por nivel de interacción
- Análisis

Tal como se señaló en el apartado anterior por tipos de interacción se consideran en este trabajo las participaciones en tres niveles: opinión, aporta información y da réplica.

Recurso 1



Socialización UPN compartió un enlace.
20 de marzo

¿Qué opinas del discurso de este joven integrante de la juventud panista?

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=VWWj0zp-xI0

Juan Pablo Castro, homofóbico y discriminador.flv
www.youtube.com

Juan Pablo Castro, joven participante en las Juventudes Panistas, puso de manifiesto su intolerancia y mostró actitudes racistas y

Descripción:

En este recurso encontramos un video en donde se muestra el discurso que dio Juan Pablo Castro, uno de los 66 jóvenes que formaron parte del Parlamento Juvenil, realizado en la Asamblea Legislativa del DF el jueves 8 de marzo del 2012, en donde el joven afirmó que el Partido de la Revolución Democrática (PRD)

ha promovido políticas “mediocres”, además de llamar “jotos” a los homosexuales y criticar la iniciativa de ley que desde 2010 permite el matrimonio entre personas del mismo sexo.

Participaciones por semana:

Tabla 4.4 Número de participantes por semana
Recurso 1

Unidad de Análisis	Número de participantes por semana				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
1	9	3	1	-	-

Durante la semana 1 se observó una activa participación de nueve sujetos, reduciendo el interés en la semana dos con tres participaciones; para la semana 3 sólo hubo una participación y en las semanas 4 y 5 no se generó ninguna participación.

Nivel de interacción:

Tabla 4.5 Nivel de Interacción
Recurso 1

Unidad de Análisis	Nivel de Interacción		
	Opinión	Aporta Información	Da réplica
1	11	2	-

De acuerdo a lo explicado en líneas anteriores se observó que hubo once participaciones en el apartado de “opinión” en donde se identificó primordialmente que los estudiantes estaban en desacuerdo con lo que el joven declaró en su discurso, por ejemplo:

“Sus comentarios acerca del matrimonio entre homosexuales está lleno de prejuicio e intolerancia al referirse a ellos como “jotos”. Es una vergüenza porque el tipo aspira a ser representante de una sociedad diversa, donde se espera que se fomentará el respeto y dar garantías a los grupos que se encuentran marginados o que son fuertemente discriminados. Sus comentarios van más allá de que forme parte de un partido conservador y defienda tales instituciones como el matrimonio, son ofensivos y retrógrados” (Sujeto 1, 20 de marzo).

Por otro lado con lo definido como “aporta información” encontramos dos aportaciones, en donde se observó principalmente que conocen el concepto de prejuicio y que emiten su opinión recurriendo y aportando conceptos revisados en clase, por ejemplo: “Creo que sí pide respeto, lo primero que debe hacer es respetar, para mí no es la manera de expresarse, si no está de acuerdo con algunas aprobaciones creo que hay mejores maneras de decirlo. Aquí podemos notar el estigma mediocre, pues si tardas cierto tiempo en terminar tu carrera esta será tu etiqueta” (Sujeto 2, 20 de marzo).

Respecto a la participación denominada “da réplica” no existió ninguna.

Recurso 2



Socialización UPN compartió un enlace.
20 de marzo

En este comercial ¿qué diferencias de género identificas? ¿Cómo se visualiza al hombre y cómo a la mujer?

<http://www.youtube.com/watch?v=aV55EzdgviHY>

Comercial SNICKERS® con Anahí
www.youtube.com

No eres tú cuando tienes hambre y Anahí lo comprueba en el nuevo comercial de SNICKERS®

Descripción:

En este recurso encontramos un comercial producido por la compañía Snickers®, en donde se muestra a un grupo de amigos haciendo deportes extremos. El énfasis está puesto en la caída de uno de ellos, el cual muestran como mujer; sin embargo al comer el producto de la marca la chica vuelve a su forma original convirtiéndose en hombre con el lema “no eres tú cuando tienes hambre”. El comercial tuvo varias críticas en su lanzamiento por mostrar una postura sexista y recalcando la desigualdad entre los géneros.

Participaciones por semana:

Tabla 4.6 Número de participantes por semana
Recurso 2

Unidad de Análisis	Número de participantes por semana				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
2	7	3	1	-	-

En la semana 1 se observó la participación más activa con siete sujetos, posteriormente en la semana 2 se reduce a tres participaciones y sólo una para la tercer semana. Para las semanas 4 y 5 no se registró ninguna participación.

Nivel de interacción:

Tabla 4.7 Nivel de Interacción
Recurso 2

Unidad de Análisis	Nivel de Interacción		
	Opinión	Aporta Información	Da réplica
2	9	2	-

Respecto al tipo de interacción se observaron ocho participaciones en el apartado de “opinión” en las cuales hay una clara tendencia de reproche a la imagen que se muestra de la mujer y a la desigualdad de géneros, comentarios como: “A la mujer se le ve como la llorona, la que no aguanta nada, la que no puede hacer deportes de “hombres” y al hombre como el macho, el que no debe de llorar, el que todo lo puede” (Sujeto 14, 21 de marzo), se registraron como los más comunes.

En la categoría definida como “aporta información” se registraron dos participaciones, en las cuales se observa que además de brindar su opinión refieren a términos revisados en clase:

“Claramente se ve como a la mujer la siguen viendo o teniendo en el concepto de “débil, frágil, sensible, quejumbrosa, etc.” y al hombre como “fuerte y ágil”... Es obvio que marcan mucho la diferencia de género, pero sólo a su conveniencia. Si los hombres también lloran y si no lo hacen... pues deberían de hacerlo ;)” (Sujeto 5, 20 de marzo).

Para este recurso no se registró ninguna entrada en la categoría de “da replica”.

Recurso 3



Descripción:

Este recurso lo conforma un video en donde se muestra la campaña publicitaria “Tecate por ti” de la cervecera Cuauhtémoc Moctezuma. Se trata de una recopilación de los comerciales de dicha campaña, en donde se muestra la figura del hombre como aquel que intenta no ser excluido de su grupo de amigos por el cambio de vida consecuencia de su matrimonio. La campaña muestra al género masculino y la necesidad de demostrar su hombría, su pertenencia a un grupo de amigos y el valor de su palabra ante la mujer.

Participaciones por semana:

Tabla 4.8 Número de participantes por semana

Recurso 3

Unidad de Análisis	Número de participantes por semana				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
3	-	1	-	-	-

En este recurso sólo se tuvo la participación de un sujeto en la semana 2.

Nivel de interacción:

Tabla 4.9 Nivel de Interacción
Recurso 3

Unidad de Análisis	Nivel de Interacción		
	Opinión	Aporta Información	Da réplica
3	1	-	-

La participación fue ubicada en la categoría de “opinión” puesto que muestra una postura clara ante el material presentado, pero sin una mirada crítica ante el mismo:

“La mujer: como la que no deja al hombre tranquilo, no lo deja estar con sus amigos, nunca se les puede entender, siempre le reclama al hombre, se acuerda de fechas “no” importantes... El hombre: que no se raja, que hace todo por sus amigos, que está todo el tiempo con sus amigos, que no es mandilón, que se hace respetar, que no se deja mangonear, que es guapo, que es caballero y que siempre se sale con la suya” (Sujeto 11, 27 de marzo).

Al generarse sólo una participación, para este recurso no se registró ninguna entrada en las categorías de “aporta información” y “da réplica”.

Recurso 4



Descripción:

En este recurso encontramos una imagen comparativa del cambio de roles en la escuela entre los profesores y los padres de familia en dos épocas completamente distintas. La imagen muestra como en el año de 1969 la razón en los asuntos académicos era otorgada al profesor y el único culpable de una buena o mala nota era el alumno, lo anterior se contrapone a la imagen comparativa del año 2009 en donde se muestra a los padres reclamando al profesor por las notas bajas y al alumno deslindándose de toda responsabilidad.

Participaciones por semana:

Tabla 4.10 Número de participantes por semana

Recurso 4

Unidad de Análisis	Número de participantes por semana				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
4	1	2	-	-	1

En la semana uno se tuvo solamente una participación, para la semana dos se dieron dos participaciones y una última en la semana cinco. En las semanas tres y cuatro no se contó con ninguna participación.

Nivel de interacción:

Tabla 4.11 Nivel de Interacción

Recurso 4

Unidad de Análisis	Nivel de Interacción		
	Opinión	Aporta Información	Da réplica
4	3	1	-

Tres de las cuatro participaciones fueron ubicadas en el apartado de “opinión” mostrando una postura clara o de tipo descriptivo hacia la imagen publicada, mencionando su percepción de las características del recurso, por ejemplo:

“Primero el rol de que el maestro es la autoridad hacia el hijo y tienen que reprimirlo en caso de que haya hecho algo mal; estos roles han cambiado con el tiempo y en el dibujo del 2009 se ve a una maestra temerosa del alumno, es decir que ella ha perdido la autoridad hacia los padres, y el hijo ya no es necesariamente el que tiene que acatar las reglas” (Sujeto 7, 27 de mayo).

La cuarta participación se ubicó en la categoría de “aporta información” ya que si bien, el sujeto recurre al igual que los otros participantes, a la descripción

de la imagen, este mismo emplea y aporta nuevos conceptos relacionados con su formación y lo revisado en clase:

“1969.- El profesor autoritario e intocable, el alumno como un ente pasivo, los padres han dejado la educación a la maestra sin saber que ellos son parte fundamental del aprendizaje del niño. 2009.- El profesor ya no es una persona autoritaria, el alumno ha pasado de ser un ente pasivo a uno activo y también a confundir la libertad con el libertinaje, los padres siguen dejándole la responsabilidad de la educación a la institución y al profesor, siguen sin darse cuenta de la complejidad de la educación en todos los aspectos. En los dos casos se sigue viendo a la educación-escuela-profesor, se sigue teniendo una concepción simplista!” (Sujeto 10, 27 de marzo).

No se registró ninguna aportación en la categoría de “da réplica”.

Recurso 5



Socialización UPN compartió un enlace.
20 de marzo

En este pequeño fragmento de la serie de "The big bang theory" ¿Qué tipo de estereotipos identificas? ¿Qué piensas de ellos? (si conoces un poco más de la serie ayúdanos a ampliar esta tipología de estereotipos que presenta esta serie, también puedes compartir otros videos que nos ayuden a esto)

<http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&NR=1&v=nn9-LSSdzw4>

Sheldon Cooper: "...tells us that you participate in on mass cultural delusion..."
www.youtube.com

Sheldon talks about Astrology...

Descripción:

Tabla 4.12 Número de participaciones por semana

Recurso 5

Unidad de Análisis	Número de participantes por semana				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
5	-	2	-	1	-

En este recurso encontramos un video que muestra un pequeño fragmento de uno de los capítulos de la serie cómica estadounidense *The big bang theory*, misma que muestra en sus personajes varios estereotipos sociales. Entre ellos destaca por un lado la mujer rubia poco sobresaliente intelectualmente y por otro un grupo de amigos físicos muy inteligentes pero con problemas para socializar sobretodo con las personas del sexo opuesto, estereotipados como *geeks* o *nerds*. La historia gira en torno a sus intentos por relacionarse con otras personas en donde los comics, la ciencia y los videojuegos forman el perfil de la serie.

Participaciones por semana:

Se observaron 3 participaciones en este recurso, dos en la semana 2 y una en la semana 4. En las semanas 1, 3 y 5 no se registraron participaciones.

Nivel de interacción:

Tabla 4.13 Nivel de Interacción

Recurso 5

Unidad de Análisis	Nivel de Interacción		
	Opinión	Aporta Información	Da réplica
5	3	-	-

Las tres participaciones fueron ubicadas en el apartado de “opinión” puesto que se mostró una postura clara hacia el recurso y prácticamente descriptiva con

comentarios como: “Sí está muy claro que están los chicos nerd, uno de ellos más seguro de quien es y el otro tratando de ser incluido en el grupo de los “normales”, peny la chica rubia superficial “boba” que a pesar de ser popular disfruta de estar con los nerd, la serie es muy divertida, espero puedan verla...” (Sujeto 11, 27 de marzo).

Para este recurso no se registraron entradas en las categorías “aporta información” y “da réplica”.

Recurso 6



Descripción:

En el sexto y último recurso se recurre a un cortometraje titulado “Mamás y Papás”. En este se muestra a una niña jugando con su muñeca de una forma peculiar; pues a través de su juego deja ver la problemática de violencia por la que atraviesa su familia y el papel autoritario que ejerce su padre. Una clásica historia de violencia de género y sus proyecciones hacia los miembros de la familia.

Participaciones por semana:

Tabla 4.14 Número de participantes por semana

Recurso 6

Unidad de Análisis	Número de participantes por semana				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
6	7	3	-	-	-

En este recurso sólo se generaron participaciones en las dos primeras semanas, teniendo en la primera semana siete participaciones y en la segunda tres. Por consiguiente en las semanas 3, 4 y 5 no se generó ninguna participación.

Nivel de interacción:

Tabla 4.15 Nivel de Interacción

Recurso 6

Unidad de Análisis	Nivel de Interacción		
	Opinión	Aporta Información	Da réplica
6	10	-	-

En el tipo de interacción todas las participaciones se ubicaron en el apartado de “opinión” quedando sin participaciones las categorías de “aporta información” y “da réplica”. En su mayoría demostraron una postura clara sobre el recurso y el tema que presentaba con comentarios como:

“Creo que la niña interpreta al papá porque por lo que se muestra es el que domina y manda en la casa ya que ella no quiere ser la figura de sumisión aunque todavía no lo vea de esa manera, simplemente es “más divertido” estar de ese lado. Desde el punto de vista de género, la niña simplemente está repitiendo como se da la relación de familiar con sus padres, y de cierta manera es como había estado impuesto en épocas pasadas y de menor manera en nuestra época; de que el hombre es el que trabaja y llega cansando esperando los alimentos listos y

si algo no le parece, está bien reclamar a la mujer de cualquier manera” (Sujeto 7, 21 de marzo).

4.3 Discusión de resultados

La información recabada a lo largo de este trabajo, así como la puesta en práctica de la intervención han tenido la finalidad de mostrar si Facebook cuenta con algún potencial educativo susceptible de ser usado en el ámbito educativo informal. Con los datos presentados en el apartado anterior a continuación se presenta la interpretación de los resultados.

La intervención nos permitió verificar a través de la suscripción de 34 de los 38 estudiantes del grupo seleccionado, que los jóvenes están, e interactúan en la Web 2.0, que la manejan y están familiarizados con su funcionamiento, ya no sólo desde una computadora sino a través de dispositivos móviles; de ahí la necesidad como se mencionaba en el primer capítulo, de reconocer a la Web, sus entornos y sus aplicaciones como un mundo de posibilidades factibles de trasladar al ámbito educativo, mismas que pueden favorecer la construcción de aprendizajes a través de sitios o aplicaciones centradas en el sujeto, en la participación y en la filosofía del compartir.

En este mismo capítulo también se resalta lo atractivo que resulta trabajar con las Redes Sociales, puesto que los usuarios las encuentran entretenidas y fáciles de usar, en donde las interacciones se dan casi por sí solas en cuanto las publicaciones y comentarios, mismos que pueden ser objeto de lectura y de seguimiento. Esto lo pudimos corroborar al momento en que se invita al grupo a participar y aunque sólo 17 participan con algún comentario, 34 se suscriben dando *Me gusta* a la página; evidenciamos que existió una motivación por utilizar la herramienta, sin embargo, ahora queda investigar las medidas y acciones

necesarias para conservar esta motivación a lo largo de una intervención que involucre el uso de las Redes Sociales en la educación.

Al final del primer capítulo se daban algunas reflexiones relacionadas con la importancia de voltear la mirada a estos espacios, en el que los jóvenes pasan gran parte del tiempo cuando están fuera de la escuela y de lo útiles y atractivos que pueden llegar a ser cuando se les otorga una clara intención pedagógica. Esto también se pudo confirmar, además de la participación, con el vínculo que se estableció entre la herramienta y algunos de los contenidos de la asignatura que estaban cursando, relacionando vida cotidiana y escuela.

Por otro lado, las publicaciones realizadas sin ninguna organización previa en la prueba piloto, sirvieron para reconocer que la guía o planeación pedagógica juega un rol importante en la implementación de Facebook como recurso educativo favorecedor de espacios de interacción, ya que el tipo y cantidad de participaciones fueron menores que las se lograron con la intervención ya en forma. Motivo por el cual se piensa que el factor que incidió considerablemente para la generación de participaciones, fue la planeación en donde se tomaron en cuenta indicadores importantes como: el tipo de población, temas o problemáticas actuales relacionadas con los contenidos de la asignatura, tiempos, invitaciones formales de participación, explicación del funcionamiento de la página e instrucciones claras.

Con un énfasis considerable se reconoce que las instrucciones dadas en los materiales son de suma importancia para la generación de participaciones, mismas que en la prueba piloto no se establecieron y que resultaron relevantes en la intervención para lograr que el participante de un primer paso y contar con mayores posibilidades para la promoción de interacciones profundas que nos lleven al diálogo entre los participantes. Si bien, en esta investigación sólo se llegó principalmente al primer nivel de interacción, denominado *opinión* con un total de 37 de 42 comentarios ubicados en esta categoría, basta para dar cuenta de que la

plataforma funciona y cuenta con espacios que promueven la interacción, posibilitando su uso en ámbitos educativos informales con sus necesarias adecuaciones.

Por otro lado, respecto al proceso educativo se mencionó que el modelo centrado en el proceso requiere de una participación pro-activa del sujeto, en donde los aprendizajes se construyen en comunidad. Facebook proporciona la posibilidad de trasladar esta comunidad de la escuela a la Web, ya que como se mencionó, la mayoría de las personas que el participante tiene en su red de amigos dentro de la red social, corresponde a su red fuera de ella. Facebook cuenta con múltiples espacios de interacción y encuentro que favorecen la conformación y mantenimiento de comunidades, aspecto que el profesor como acompañante de los procesos de análisis y reflexión para la construcción de aprendizajes puede aprovechar.

Cuando se habla de educomunicación en nuestro tercer capítulo se hace con la finalidad de ubicar el uso educativo de las Redes Sociales y en concreto de Facebook dentro de una práctica educativa establecida; se reconoce que estas prácticas, tal como se mencionó, requieren de un cambio de actitud y concepciones acerca de las formas de enseñar y aprender con TIC (Silva, 2005), en donde una de las tareas del profesor es promover la comunicación dialógica a través de diferentes interacciones que lleven a la construcción de aprendizajes.

En este sentido se considera que dichos cambios y tareas van más allá del uso de las tecnologías, puesto que tomando en cuenta los resultados en donde 37 de las participaciones se ubican en el nivel de interacción denominado *opinión*, 5 en *aporta información* y ninguna en *da réplica*, podemos afirmar que los alumnos al no dar el salto entre un nivel y otro, no están siendo formados a través de una comunicación dialógica, misma que no pueden trasladar a otros escenarios ricos en espacios de interacción y que ofrecen al estudiante una participación activa no sólo en la recepción sino en la producción de mensajes.

Los resultados de esta investigación ponen en evidencia que los estudiantes están en Facebook, lo utilizan e interaccionan en sus entornos, por lo cual queda un campo amplio para ser investigado en cuanto a los aprendizajes informales que pueden estar generándose en esta Red Social. Sí bien desde esta investigación se consideró a la educación informal como aquella que se genera fuera del aula y en espacios que no tienen una intención educativa, en donde el trabajo del docente consistiría en darle esa intención; se considera que otro campo fuerte es identificar aquellos nuevos conocimientos que no necesariamente son reconocidos por la escuela por no estar dentro de un currículum ni intencionados, pero que sin duda se están generando en estos nuevos espacios de intercambio social.

Ahora bien, respecto a los datos obtenidos y mostrados en el apartado de Interpretación y Análisis de datos se pudo observar que sobre el punto de tipo de interacción hubo una tendencia general en la participación de los sujetos ubicada en la categoría denominada *opinión* con 37 comentarios, quedando las categorías de *aporta información* con 5 y *da réplica* con participación nula.

Estos datos evidencian que no se llegó al nivel de interacción deseado y que de acuerdo con Fainholc (1999) se da mediante un proceso de *feedback* en donde existe una “interinfluencia entre los sujetos donde lo saliente refiere a cómo las cogniciones y los sentimientos de unos son modificados por la presencia, ausencia o acción del otro o viceversa, de manera continua” (p. 57). Sin embargo, esto permite corroborar que tal como se mencionó en el segundo capítulo, algunos de los entornos de Facebook como el muro pueden favorecer las interacciones, pero éstas no se generan con una conversación simple o por la sola existencia del entorno. Por ello, se hace hincapié en que la pura participación no basta, sino que se requiere la generación de un diálogo profundo y consciente para alcanzar el nivel de interacción anteriormente citado.

Lo anterior permite dar cuenta que tal como se señaló en el segundo capítulo con la descripción de los atributos de Facebook, la plataforma ofrece espacios que favorecen la interacción, pero que para ser utilizados con fines educativos merecen de una planeación pedagógica para que funcionen y se logren niveles de interacción más profundos; esto se detectó con la implementación del piloto y se evidenció con la puesta en práctica de la intervención en donde se publicaron 6 materiales en el muro de la página con una pregunta disparadora cada uno.

En esta lógica identificamos que el hecho de que no hubiera mayores participaciones en *da réplica* o *aporta información* puede deberse como se mencionó en párrafos arriba a una falta de motivación y práctica de una comunicación dialógica dentro de las aulas, además de considerarse que la figura del profesor como autoridad, guía, mediador y aprobador de aprendizajes sigue muy arraigada en nuestros estudiantes, se observó que los participantes dieron el primer paso al poner un comentario pero al no existir una figura de autoridad que observara y motivara no dieron el segundo paso que supone pasar al diálogo entre los participantes.

En este sentido, lo anterior también nos lleva a considerar que la idea de reconocer aprendizajes fuera del aula y en espacios de vida cotidiana, no sólo es trabajo del profesor sino de los jóvenes en cuanto se desprendan al mismo tiempo de la idea arraigada de que sólo en las aulas se aprende y se atrevan a utilizar estos espacios por igual sin la necesidad de sentirse observados y siendo más autónomos en su proceso de aprendizaje.

Después de realizar este análisis a través de los resultados obtenidos, considerando que el supuesto principal de este trabajo fue analizar si la Red Social Facebook tiene potencial educativo susceptible de ser usado para la educación informal, se puede afirmar con toda seguridad que la plataforma funciona y puede ser utilizada en procesos educativos informales. Mediante las

suscripciones a la página se verificó que los estudiantes cuentan con el acceso a la red social y que tienen habilidades ya incorporadas en su uso; por otro lado, las publicaciones realizadas evidencian que Facebook cuenta con una plataforma flexible para el compartimiento de materiales y exposición de comentarios y que en sus diferentes entornos encontramos espacios generadores de interacción. Sin embargo, dicha plataforma sólo funcionará si se cubre la parte pedagógica, como una buena planeación que establezca el para qué se va a usar, un acompañamiento y orientación en todo momento por parte del docente y una dinámica de trabajo en donde el proceso educativo esté basado en el diálogo, la socialización, la colaboración y la participación activa del estudiante.

Reflexiones

Finales

Este último apartado más que exponer conclusiones tiene como propósito ofrecer algunas reflexiones finales a las que se llegó al término de este trabajo, dado que en el capítulo anterior se brindó el cierre de acuerdo a las categorías desarrolladas, los resultados y la interpretación de los datos.

Como se señaló anteriormente mediante una estrategia metodológica de corte cualitativo y de tipo descriptiva-exploratoria, esta investigación permitió identificar, describir y analizar los procesos de interacción que se suscitan en la Red Social Facebook con la finalidad de evidenciar su potencial en procesos educativos informales. Para ello y con ayuda de un grupo de segundo semestre de la asignatura de Socialización correspondiente al plan de estudios de la carrera de Psicología Educativa de la Universidad Pedagógica Nacional en el semestre 2012-1, se obtuvo información que permitió estructurar unidades de análisis en cuanto a los niveles de interacción que pueden ocurrir en Facebook, misma que fue analizada a través de la técnica de análisis de contenido.

Los resultados obtenidos mostraron que Facebook a través de sus múltiples entornos favorece los procesos de interacción, mismos que pueden ser aprovechados en los procesos educativos informales. También permitieron dar cuenta que los estudiantes forman parte de la Red Social y que están identificados con su uso, aspecto que puede resultar atractivo al momento de considerar utilizarlos con finalidades educativas.

Facebook por sus características es un espacio que por sí mismo genera interacciones, mismas que encaminándolas hacia objetivos claros pudiesen favorecer el proceso educativo. Lo anterior se pudo observar a lo largo de esta investigación, en donde si bien no se llegó al tercer nivel de interacción, se tiene la certeza de que con las adecuaciones necesarias se pueden llegar a generar diálogos encaminados a la construcción de aprendizajes.

Cabe señalar que para el éxito en el uso de Facebook como apoyo al proceso educativo se debe considerar la definición de una clara intención pedagógica con propósitos bien definidos. Consideramos que sí bien la herramienta cuenta con los espacios que favorecen la interacción, la guía pedagógica será la que facilite el diálogo para propiciar el logro y alcance de los aprendizajes esperados.

Este trabajo también ha servido como preámbulo para próximas investigaciones en donde se retomen aspectos que en su momento no se consideraron relevantes, como el seguimiento constante y evidente de la figura del profesor. El hecho de que un principio se tuviera un notorio número de participaciones y con el paso del tiempo éstas disminuyeran, hace pensar que el alumno se siente abandonado, en un espacio que a pesar de ser suyo, en el sentido de la familiaridad con su uso, todavía necesita de la certidumbre de que alguien lo está leyendo, sin embargo ese alguien pareciese que forzosamente necesita ser el docente, puesto que aun habiendo otras aportaciones de sus compañeros, no se dio paso al diálogo e intercambio entre pares.

En este sentido queda abierta la pregunta de hasta dónde la escuela está formando alumnos autónomos y autogestionarios de su proceso de aprendizaje, que a la vez reconozcan la posibilidad de aprender a través del otro y dejando atrás los paradigmas en donde el profesor es el único poseedor del conocimiento.

Otro punto a reflexionar es acerca de los docentes y su capacitación y disposición para hacer uso de las TIC, concretamente de entornos sociales como Facebook, identificándolos como espacios favorecedores de interacciones que apoyen los procesos educativos y que rebasen su uso instrumental en donde el espacio sólo es visto como medio de contacto y de depósito de información.

Respecto a la educación informal quedan grandes espacios de investigación; por un lado explorar estos nuevos entornos tecnológicos que sin tener finalidades educativas pueden favorecer los procesos educativos y por otro, y tal vez más relevante en el estudio de los aprendizajes que los alumnos están desarrollando a raíz del uso de los espacios sociales alojados en la Web, mismos que no son reconocidos por la escuela pero que sin duda están siendo parte de la formación de las nuevas generaciones de estudiantes.

Por otro lado, es importante señalar que se reconoce que Facebook está diseñado con finalidades específicas, las cuales responden al desarrollo y fomento de las relaciones sociales con un trasfondo completamente comercial y al final el uso del mismo dependerá de la visión que el docente tenga en torno a la tecnología y su uso educativo. Sin embargo esta investigación nos da evidencia del por qué sí utilizar Facebook en la educación, por ejemplo:

- La herramienta cuenta con múltiples entornos que generan el intercambio y la interacción, promoviendo la participación activa del sujeto.
- Sus características al estar fundamentadas en la Web social promueven la cooperación, la negociación, la colaboración, la comunicación y la compartición de información en diversos soportes, desde sitios de internet, hasta vídeos, texto e imágenes.
- Los estudiantes conocen y usan Facebook.
- La escuela debería de estar interesada en lo que sus estudiantes consumen fuera del aula, vinculando escuela con vida cotidiana para el fomento de aprendizajes significativos.
- Los aprendizajes no se construyen exclusivamente en las aulas, sino en espacios en donde el individuo interacciona con su entorno, en espacios informales.
- A través de las interacciones se pueden generar diálogos que ayuden al proceso de una educación transformadora.

Este trabajo es resultado de una apuesta por el uso de las TIC en general y de los espacios sociales de la Web en particular dentro del ámbito educativo, al mismo tiempo es una aportación para resaltar los espacios informales o fuera del aula como espacios en los que dotándolos de un propósito pedagógico pueden promover aprendizajes que incluso no podrían desarrollarse en un salón de clases.

Se espera que este trabajo motive a nuevas investigaciones en donde se conjuguen TIC, Educación y Vida Cotidiana.

Referencias Bibliográficas

Aparici, R. (Coord.) (2010). *Educomunicación: más allá del 2.0*. España: Gedisa Editorial.

Aparici, R & Osuna, S. (2010). Educomunicación y cultura digital. En Aparici, R. (Coord.). *Educomunicación: más allá del 2.0*. España: Gedisa Editorial.

Bettetini, G. (1996) Las nuevas tecnologías de la comunicación. Bs. As.: Paidós.

Cobo, C., & Pardo, H. (2007). *Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. México D.F. Universitat de Vic. FLACSO MÉXICO.

Cobo, C. & Moravec, J. (2011). *Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Col·lecció Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona. Barcelona.

Crovi, D. (2010). El entramado reticular de la educación. Una mirada desde la comunicación. En Aparici, R. (Coord.). *Educomunicación: más allá del 2.0*. España: Gedisa Editorial.

Cuadrado, T (2008). *La enseñanza que no se ve. Educación informal en el siglo XXI*. Madrid: Narcea.

Downes, S. (2010). Prólogo. En Piscitelli, A. *El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Barcelona: Editorial Ariel.

Durall, E. (2010). *Rediseñar el aula a través de Facebook*. En Revista Primeras Noticias: Comunicación y Pedagogía, No. 242-243, pp. 29-35.

Fainhloc, B. (1999) Comunicación, interacción social e interactividad pedagógica. En Fainholc, B. *La interactividad en la educación a distancia*. (pp. 57-61) Buenos Aires: Paidós.

Herrera, M. (2006). La Educación no formal en España. *Revistas de Estudios de Juventud* (74), 11-26.

Kaplún, M (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Macias, L., & Michán, L. (2009). *Los recursos de la Web 2.0 para el manejo de información académica*. *Revista Fuente*, 1(1), 18-27.

Pardo, H. (2007). Capítulo 1. Nociones básicas alrededor de la Web 2.0. En Cobo, C., & Pardo, H. *Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. México D.F. Universitat de Vic. FLACSO MÉXICO.

Mordochowicz, R. (2004). *El capital cultural de los jóvenes*. Buenos Aires: FCE

Piscitelli, A. (2010). *El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Barcelona: Editorial Ariel.

Quiroz, M. (2010). Educar en otros tiempos. En Aparici, R. (Coord.). *Educomunicación: más allá del 2.0*. España: Gedisa Editorial.

Ruiz, J. (2003). *Metodología de la Investigación cualitativa*. Universidad de Deusto. Bilbao.

Rodríguez, D. (2007). *Relación entre concepciones epistemológicas y de aprendizaje, con la práctica docente de los profesores de ciencias, a partir de las ideas previas en el ámbito de la física*. Tesis de Doctorado. UPN-México.

Silva, M. (2005). *Educación Interactiva. Enseñanza y aprendizaje presencial y on-line*. Barcelona: Gedisa Editorial.

Sued, G. (2010). Pensando a Facebook, una aproximación colectiva por dimensiones. En Piscitelli, A. *El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Barcelona: Editorial Ariel.

Trejo, R. (2006). *Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos* (1st ed.). España: Gedisa Editorial.

Vilches, L. (2010). ¿Es posible una estética de las tecnologías de la comunicación? En Moraes, D. (Comp.). *Mutaciones de lo visible*. Buenos Aires: Paidós.

Fuentes en Internet

AMIPCI (2011). *Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2011*. Obtenido de <http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitots>

AMIPCI (2012). *Hábitos de los Usuarios de Internet en México 2012*. Obtenido de <http://www.amipci.org.mx/?P=esthabitots>

Boyd, d m, & Ellison, N. B. (2007). *Sitios de redes sociales: definición, historia y ayuda a su estudio*. Journal of Computer- Mediated Communication, 13(1).
Obtenido de <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>

Facebook. <https://www.facebook.com>

Fernández, L. (2009). *Curso sobre Redes Virtuales: Profesionales del 2.0*.
Obtenido de <https://sites.google.com/site/redessocialesvirtuales/>

Fumero, A., & García Hervás, J. M. (2008). *Redes Sociales. Contextualización de un fenómeno “dos-punto-cero”*. Telos cuadernos de comunicación e innovación, (76). Obtenido de
http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@id_articulo=3&rev=76.htm

Fumero, A., & Roca, G. (2007). *Web 2.0* (Vol. 16). España: Fundación Orange.
Obtenido de
http://fundacionorange.es/areas/25_publicaciones/WEB_DEF_COMPLETO.pdf

iRedes. *Mapa de las Redes Sociales en Iberoamérica*. Obtenido de
<http://www.iredes.es/acerca-de/mapa/>

Margaix, D. (2008). *Informe APEI sobre web social*. Obtenido de
www.apeiasturias.org.

O'Reilly, T. (2004). *Qué es la Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software*. Fundación Telefónica. Obtenido de
http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idoma=es_ES&id=2009100116300061&activo=4.do?elem=2146#

Pérez, G. (2011), "El Sistema Nacional e-México a diez años de distancia: un nuevo discurso con bajos niveles de interacción". Estudios de Comunicación y Política, núm. 27, UAM-Xochimilco. ISSN 0188-8242. Obtenido de http://gabrielperezsalazar.files.wordpress.com/2012/01/20110328-articulo-perez-y-carabaza_final.pdf

Santamaría, F (2008). *Posibilidades Pedagógicas. Redes sociales y comunidades educativas*. Telos cuadernos de comunicación e innovación, (76). Obtenido de http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?id_articulo=7&rev=76.htm

Socialbakers. <http://www.socialbakers.com/>

The Cocktail Analysis (2011). *Informe de Resultados. Observatorio de redes Sociales. 3ra oleada*. Obtenido de <http://www.tcanalysis.com/2011/02/22/publicamos-la-3%C2%AA-ola-del-observatorio-de-redes-sociales/>







Trejo, R. (2010). *Los jóvenes latinoamericanos se reúnen en Facebook*. Obtenido de <http://networkedblogs.com/dR9JT>

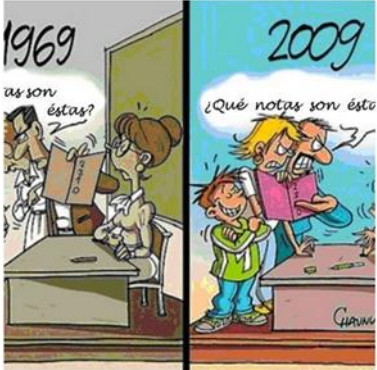


Twitter. <https://twitter.com/>

20minutos. es. *Más de 945 millos de personas son usuarias de redes sociales*. Obtenido de <http://www.20minutos.es/noticia/797405/0/millones/redes/sociales/>

Anexos

Concentrados Categorías de Análisis

Unidad de análisis	Número de participantes				
	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
<p> Socialización UPN compartió un enlace. 20 de marzo</p> <p>¿Qué opinas del discurso de este joven integrante de la juventud panista?</p> <p>http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=VWWJ0zp-xI0</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">  <p>Juan Pablo Castro, homofóbico y discriminador.fv www.youtube.com</p> <p>Juan Pablo Castro, joven participante en las Juventudes Panistas, puso de manifiesto su intolerancia y mostró actitudes racistas y</p> </div> <p style="text-align: right;">1</p>	<p>Sujeto 1</p> <p>Sujeto 2</p> <p>Sujeto 3</p> <p>Sujeto 4</p> <p>Sujeto 5</p> <p>Sujeto 6</p> <p>Sujeto 7</p> <p>Sujeto 8</p> <p>Sujeto 9</p>	<p>Sujeto 10</p> <p>Sujeto 11</p> <p>Sujeto 12</p>	<p>Sujeto 13</p>		
<p> Socialización UPN compartió un enlace. 20 de marzo</p> <p>En este comercial ¿qué diferencias de género identificas? ¿Cómo se visualiza al hombre y cómo a la mujer?</p> <p>http://www.youtube.com/watch?v=aV5SEzdgVHY</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">  <p>Comercial SNICKERS® con Anahí www.youtube.com</p> <p>No eres tú cuando tienes hambre y Anahí lo comprueba en el nuevo comercial de SNICKERS®</p> </div> <p style="text-align: right;">2</p>	<p>Sujeto 2</p> <p>Sujeto 3</p> <p>Sujeto 5</p> <p>Sujeto 6</p> <p>Sujeto 7</p> <p>Sujeto 8</p> <p>Sujeto 14</p>	<p>Sujeto 10</p> <p>Sujeto 11</p> <p>Sujeto 15</p>	<p>Sujeto 13</p>		
<p> Socialización UPN compartió un enlace. 20 de marzo</p> <p>En esta campaña publicitaria de una cerveza mexicana se muestran diferentes roles y estereotipos ¿cuáles identificas?</p> <p>Una vez que abordes ambos temas en clase te pido que argumentes por qué los consideras roles y por qué estereotipos ¿cuál es la diferencia?</p> <p>http://www.youtube.com/watch?v=nMgW1d1YXyo&fb_source=message</p> <div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;">  <p>Recopilación de Comerciales Tecate por Ti www.youtube.com</p> <p>Aquí les dejo una recopilación que realice de los comerciales TECATE POR TI espero que les agrade.</p> </div> <p style="text-align: right;">3</p>		<p>Sujeto 11</p>			

<p>Socialización UPN 20 de marzo</p> <p>¿Qué roles identificas en esta imagen? ¿Quién los ha establecido?</p>  <p>4</p>	Sujeto 14	Sujeto 7 Sujeto 10			Sujeto 8
<p>Socialización UPN compartió un enlace. 20 de marzo</p> <p>En este pequeño fragmento de la serie de "The big bang theory" ¿Qué tipo de estereotipos identificas? ¿Qué piensas de ellos? (si conoces un poco más de la serie ayúdanos a ampliar esta tipología de estereotipos que presenta esta serie, también puedes compartir otros videos que nos ayuden a esto)</p> <p>http://www.youtube.com/watch?feature=endscreen&NR=1&v=nn9-LSSdzw4</p>  <p>Sheldon Cooper: "...tells us that you participate in on mass cultural delusion..." www.youtube.com</p> <p>Sheldon talks about Astrology...</p> <p>5</p>		Sujeto 10 Sujeto 11		Sujeto 16	
<p>Socialización UPN compartió un enlace. 20 de marzo</p> <p>Observa este cortometraje ¿Por qué crees que la niña juega a ser el papá? ¿a qué reflexiones te lleva desde el punto de vista de género?</p> <p>http://www.youtube.com/watch?v=0Y1yf1R9K5s</p>  <p>MAMÁS Y PAPÁS (MUMMIES & DADDIES) 2008 www.youtube.com</p> <p>Puedes ver e insertar este corto sin marca de agua desde: http://saladeproyeccion.blogspot.com/2006/05/paps</p> <p>6</p>	Sujeto 1 Sujeto 2 Sujeto 3 Sujeto 5 Sujeto 7 Sujeto 8 Sujeto 14	Sujeto 10 Sujeto 15 Sujeto 17			

Unidad de Análisis	Participante	Nivel de interacción		
		Opinión	Aporta Información	Da replica
1	Sujeto 1	<p>Sus comentarios acerca de el matrimonio entre homosexuales está lleno de prejuicio e intolerancia al referirse a ellos como "jotos". Es una vergüenza porque el tipo aspira a ser representante de una sociedad diversa, donde se espera que se fomentara el respeto y dar garantías a los grupos que se encuentran marginados o que son fuertemente discriminados. Sus comentarios van más allá de que forme parte de un partido conservador y defenda tales instituciones como el matrimonio, son ofensivos y retrógrados.</p> <p>20 de marzo a la(s) 18:49 · Me gusta · 👍 4</p>		
	Sujeto 2		<p>Creo que si pide respeto, lo primero que debe hacer es respetar, para mí no es la manera de expresarse, si no está de acuerdo con algunas aprobaciones creo que hay mejores maneras de decirlo. Aquí podemos notar el estigma mediocre, pues si te tardas cierto tiempo en terminar tu carrera esta será tu etiqueta.</p> <p>20 de marzo a la(s) 18:58 · Me gusta · 👍 2</p>	
	Sujeto 3	<p>Que pena, es de verdad triste que gente tan joven y en estos tiempos sean tan cerrados no se puede esperar mucho de ellos.</p> <p>20 de marzo a la(s) 21:58 · Me gusta · 👍 2</p>		
	Sujeto 4	<p>El único que demuestra falta de preparación y estudios además de poca tolerancia es él, considero vivimos en una sociedad donde se debe respetar y reconocer las diferencias pero lo más importante es que debemos darnos cuenta de las personas que elegimos para representarnos o que tienen aspiraciones a hacerlo.</p> <p>20 de marzo a la(s) 22:07 · Me gusta · 👍 3</p>		
	Sujeto 5	<p>Que HORROR de tipo!! perdón por la palabra pero qué estúpido su pensamiento... Y claro que no podemos permitir que: "Gente MEDIOCRE como él nos gobierne" Por Dios!! Quiere Respeto?... pues primero tendrá que dar el ejemplo, si tu quieres algo; lo correcto es que uno de el primer paso. Fácil si quieres Respeto, pues Respetá tú primero. Probablemente sea HOMOFÓBICO, por eso se expresa así de los Homosexuales, que mente tan cerrada, qué se podría esperar de un "joven" como él. De qué rayos le sirve su preparación, título, o lo que tenga, si ni siquiera tiene Valores. Como diría la profesora: "Lo traicionó su código postal" xD ... y en menos de 3min nos pudimos dar cuenta del tipo de persona que es.</p> <p>20 de marzo a la(s) 23:32 · Me gusta · 👍 2</p>		
	Sujeto 6	<p>Vaya comentarios que hace esta persona, en mi parecer es alguien, que en primera no tiene respeto por los demás, si el pide respeto por que no también respeta a las personas, no puede decir que por que alguien se tardara mas del tiempo que esta establecido en una universidad en terminar la carrera llamarla mediocre, no todos somos iguales en ese aspecto, y ofender al PRD por permitir el matrimonio entre gente Homosexual y el aborto, por favor ese tipo de personas es conservadora.</p> <p>21 de marzo a la(s) 19:14 · Me gusta · 👍 2</p>		
	Sujeto 7	<p>bueno, para empezar él iba a proponer una ley, se salió totalmente del tema al empezar a insultar al PRD en especial a Lopez Obrador, creo que no era el momento de revelar su opinión personal acerca de ningún otro partido, además estaba infundado su comentario, tal parece que sólo quería crear conflicto entre los diputados y crear controversia; en cuanto a su postura con el matrimonio de homosexuales y el aborto, me parece que es de mentalidad cerrada y de cierta manera mediocre.</p> <p>21 de marzo a la(s) 22:14 · Me gusta · 👍 1</p>		
	Sujeto 8	<p>creo que este chavo estaba perdido de que que tenía que hacer, ya que para la opinion propia debiera hacerlo en otro lugar, ya que no toda la ente piensa lo mismo, aparte sus opiniones solo son de lo que ha yyegado a hablar en su escuela, casa y no esta bien informado</p> <p>22 de marzo a la(s) 20:09 · Me gusta · 👍 1</p>		

	<p>Sujeto 9</p>	<p>Pues me parece que el sujeto en cuestión es una verdadera vergüenza para el partido independientemente de que la gran mayoría de los mexicanos piense que el partido es conservador, sin embargo, como el toda empresa/institución pues hay de todo desde "Juanitos" hasta "mediocres" como este sujeto que tira, pisotea, olvida, ofende y es incongruente con la doctrina del PAN, con la mística del partido, con la visión y la misión del mismo y sobre todo con lo que ha defendido el partido desde su fundación el respeto y la garantía de la DIGNIDAD HUMANA. Debería ser retirado del cargo porque entonces ¿a quién carajos representa el sujeto? a mí no; debiera ser sancionado jurídicamente y penalmente por sus actitudes, sus palabras y seguramente -si lo agarraran infraganti- sus acciones. Entonces seudo "panistas" como estos, no gracias...esto es un reflejo de la prostitución que vive este partido en cualquier nivel llámese "hueso" o el más grave de todos "corrupción"... por sujetos como estos que llegan de a "dedazo" pasa lo que pasa en este país; nO + dedazos a cargos públicos que deberían ser por elección. Este sujeto es más que una vergüenza para nuestra ciudad, nuestro país y sobre todo un retroceso en materia de Derechos Humanos. 22 de marzo a la(s) 23:15 · Me gusta · ↵ 1</p>		
	<p>Sujeto 10</p>	<p>Acaso este joven sabrá de donde viene la palabra joto? Esta lleno de un conservadurismo característico de su partido. La falta de objetividad en su discurso y como se apodera la subjetividad por la cual esta formado creo que es mas que evidente. Y acaso, no quería hacer una propuesta para un bien común, o sólo quería hablar de la poca escolaridad de Lopez Obrador? Todos tenemos puntos de vista diferentes, moderados por nuestra formación, ideales y hasta la sociedad que nos rodea, eso no lo discuto, si este joven piensa así quien somos nosotros para juzgar? pero esto no significa que debe de referirse a los homosexuales peyorativamente y mucho menos debe de perder la objetividad y dejarse guiar por sus instintos. Increíble pero cierto que un joven tenga esa concepción, más no imposible! 27 de marzo a la(s) 20:20 · Me gusta · ↵ 1</p>		
	<p>Sujeto 11</p>	<p>que mal que este joven se exprese tan terriblemente de los homosexuales, el pobre parece mas una marioneta que un ser pensante , una cosa es exponer su punto de vista y otro el expresarse tan despectivamente ... 27 de marzo a la(s) 23:17 · Me gusta</p>		
	<p>Sujeto 12</p>	<p>Este pinche PANISTA no se acuerda que Fox termino la "licenciatura" unos días antes de ser candidato.... y lo demás bueno que esperamos de los PANISTAS SI SON MOCHOS Y PERSINADOS ¡ESTA BIEN PENDEJO! 28 de marzo a la(s) 0:35 · Me gusta · ↵ 1</p>		
	<p>Sujeto 13</p>	<p>mediocre el que cree que los homosexuales son jotos! 9 de abril a la(s) 20:05 · Me gusta</p>		
<p>2</p>	<p>Sujeto 2</p>	<p>Cuando se comete algo mal en actividades que se han establecido como varoniles la sociedad ataca diciendo que son del género contrario, con más debilidad, ya que los hombres deben mostrar fuerza ya que "llorar es de nenas". 20 de marzo a la(s) 18:53 · Me gusta · ↵ 1</p>		
	<p>Sujeto 3</p>	<p>Simplemente ponen a las mujeres como débiles y hacen burla de ello. 20 de marzo a la(s) 21:59 · Me gusta · ↵ 1</p>		
	<p>Sujeto 5</p>		<p>Claramente se ve como a la mujer la siguen viendo o teniendo en el concepto de "débil, frágil, sensible, quejumbrosa, etc.," y al hombre: como "fuerte y ágil" Es obvio que marcan mucho la diferencia de género, pero sólo a su conveniencia. Si los hombres también lloran y si no lo hacen ... pues deberían hacerlo! ;). 20 de marzo a la(s) 23:21 · Me gusta</p>	

	Sujeto 6	<p>Marcan a la mujer como la mala y enojona, vaya y ese tipo de comerciales se muestran en la televisión, donde la mayoría de la población pasa su tiempo viéndola, ahí es donde empiezan las etiquetas</p> <p>21 de marzo a la(s) 19:16 · Me gusta</p>		
	Sujeto 7	<p>A la mujer se la visualiza como temerosa, nada intrépida, gritona, cobarde; y al hombre como rudo, valiente, calmado; está la diferencia muy marcada entre los dos.</p> <p>21 de marzo a la(s) 22:06 · Me gusta</p>		
	Sujeto 8	<p>aquí a la mujer se le visualiza como sumisa y que no puede realizar cosas rudas como los hombres cuando a los hombres también le gustan cosas de mujeres</p> <p>22 de marzo a la(s) 20:10 · Me gusta</p>		
	Sujeto 10		<p>Que estigma tan fuerte de la mujer débil y chllona, pero que manera de estos chicos de decirle "nena". Machismo en estos chicos y lo peor es que se ve super normall</p> <p>27 de marzo a la(s) 20:22 · Me gusta</p>	
	Sujeto 11	<p>La mujer como niña quejumbrosa, el hombre que tiene que demostrar que es hombre (eso no es lo que piensa tu novia)</p> <p>27 de marzo a la(s) 23:22 · Me gusta</p>		
	Sujeto 13	<p>no eres tu cuando tiene hambre?? y que las mujeres no podriamos hacer lo mismo??</p> <p>9 de abril a la(s) 20:07 · Me gusta</p>		
	Sujeto 14	<p>ala mujer se le ve como la llorona la que no aguanta nada la que no puede hacer deportes de "hombres" y al hombre como el macho el que no deve de llorar el que todo lo puede</p> <p>21 de marzo a la(s) 22:53 · Me gusta</p>		
	Sujeto 15	<p>Muestran a la mujer como una persona débil, la cual no es capaz de llevar a cabo los mismos roles que un hombre. Y al hombre lo definen como una persona fuerte.</p> <p>27 de marzo a la(s) 14:54 · Me gusta</p>		
3	Sujeto 11	<p>la mujer: como la que no deja al hombre tranquilo, no lo deja estar con sus amigos, nunca se les puede entender, siempre le reclama al hombre, se acuerda de fechas "no" importantes ...</p> <p>27 de marzo a la(s) 23:24 · Me gusta</p> <p>el hombre: que no se raja, que hace todo por sus amigos, que esta todo el tiempo con sus amigos, que no es mandlón, que se hace respetar, que no se deja mangonear, que es guapo, que es un caballero y que siempre se sale con la suya ...</p> <p>27 de marzo a la(s) 23:26 · Me gusta</p>		
	Sujeto 7	<p>Primero el rol de que el maestro es la autoridad, y no se cuestiona su palabra; el de que los padres también representan autoridad hacia el hijo y tienen que reprenderlo en caso de que haya hecho algo mal; estos roles han cambiado con el tiempo, y en el dibujo del 2009 se ve a una maestra temerosa del alumno, es decir que ella ha perdido la autoridad hacia los padres, y el hijo ya no es necesariamente el que tiene que acatar las reglas.</p> <p>27 de marzo a la(s) 20:05 · Me gusta</p>		
	Sujeto 8	<p>se da a conocer el cambio entre los roles de cada persona ya que van perdiendo autoridad como la del profesor pero tambien responsabilidad como en los psdres y el hijo el cual no sabe como realizar su rol en la sociedad</p> <p>19 de abril a la(s) 9:11 · Me gusta</p>		

4	Sujeto 10	<p>1969- El profesor autoritario e intocable, el alumno como un ente pasivo, los padre han dejado la educación a la maestra sin saber que ellos son parte fundamental del aprendizaje del niño.</p> <p>2009- El profesor ya no es una persona autoritaria, el alumno ha pasado de ser un ente pasivo a uno activo y también a confundida la libertad con el libertinaje, los padres siguen dejándole la responsabilidad de la educación a la institución y al profesor, siguen sin darse cuenta de la complejidad de la educación en todos los aspectos. En los dos casos se sigue viendo a la educación-escuela-profesor, se sigue teniendo una concepción simplista!</p> <p>27 de marzo a la(s) 20:29 · Me gusta</p>		
	Sujeto 14	<p>ps que en una época el rol de los niños eran ir ala escuela para que aprendieran y hoy en día a quien le atribuyen el rol de que deben enseñar a como aprender es alas maestras y no tanto a los niños</p> <p>21 de marzo a la(s) 22:52 · Me gusta</p>		
5	Sujeto 10	<p>El "nerd", el chico "raro", la chica rubia "boba".</p> <p>27 de marzo a la(s) 20:31 · Me gusta</p>		
	Sujeto 11	<p>Si esta muy claro que están los chicos nerd, uno de ellos mucho mas seguro de quien es y el otro tratando de ser incluido en el grupo de los]"normales" , peny la chica rubia superficial "boba" que a pesar de ser popular disfruta de estar con los nerd , la serie es muy divertida, espero puedan verla ...</p> <p>27 de marzo a la(s) 22:23 · Me gusta</p>		
	Sujeto 16	<p>la chica hermosa, tonta y que no necesita más para sobrevivir de buena manera, cualquier chico tonto o cualquier abogado le pondría una casa y la soportaría con tal de tener sexo con ella (yo lo haría aunque soy filósofo). por otro lado los chicos inteligentes, "nerds", en su difícil proceso de socialización.</p> <p>16 de abril a la(s) 10:01 · Me gusta · ↵ 1</p>		
6	Sujeto 1	<p>Es probable que el padre de la niña trate así a su esposa y piense que el deber de la mujer es ser una buena ama de casa, si así no lo hace la violencia hacia ella es más que justa. Lo peor es que la niña lo interioriza como algo natural, quizá será la forma en que se vea así misma.</p> <p>20 de marzo a la(s) 18:29 · Me gusta</p>		
	Sujeto 2	<p>Podrá decir que con las conductasdel padre con las quizá la niña se encuentre seguido en casa, identifica el género fuerte y me llama la atención que no sea sumisa a la hora de jugar si no que toma el papel del rol que tiene el control para ella es más importante el rol que juega el padre, ella misma quizá se da cuenta de que la madre es como su muñeca, se dejará y no le reclamará nada.</p> <p>20 de marzo a la(s) 19:04 · Me gusta</p>		
	Sujeto 3	<p>los niños repiten las conductas que observan en casa ya sean buenas o malas si vemos a una mamá o integrante de la familia decir groserías los niños las repetirán y luego vemos a los padres regañar a los niños por groseros</p> <p>20 de marzo a la(s) 22:19 · Me gusta</p>		
	Sujeto 5	<p>Yo creo que la niña simplemente está repitiendo a través del juego lo que observa, si su papá trata de esa manera a su madre, ella creará que está bien; entonces se le hace "normal" que el esposo violento a su mujer de esa forma, por lo que pude ver , el papá juega el rol del típico 'macho' (esposo autoritario y golpeador) y por parte de la madre se puede ver claramente que juega el rol de la esposa "sumisa" (no reclama, no se defiende, no tiene voz ni voto si el hombre así lo quiere). Ya para finalizar considero que la niña decide jugar a "ser el papá" porque tal vez no se identifique con su madre (aún siendo mujer), probablemente le sea más llamativo decir groserías, golpear, etc., y como ya dije, ella sólo repite lo que está viendo y viviendo.</p> <p>20 de marzo a la(s) 23:15 · Me gusta · ↵ 1</p>		

Sujeto 7	<p>Creo que la niña interpreta al papá porque por lo que se muestra es el que domina y manda en la casa ya que ella no quiere ser la figura de sumisión aunque todavía no lo vea de esa manera, simplemente es "más divertido" estar de ese lado. Desde el punto de vista de género, la niña simplemente está repitiendo como se da la relación familiar con sus padres, y de cierta manera es como había estado impuesto en épocas pasadas y de menor manera en nuestra época; de que el hombre es el que trabaja y llega cansado esperando los alimentos listos y si algo no le parece, está bien reclamar a la mujer de cualquier manera. 21 de marzo a la(s) 22:03 · Me gusta</p>		
Sujeto 8	<p>Este video muestra como a la niña se le enseña desde la casa a ser la persona sumisa, maltratada verbal y psicológicamente.... y q no debe defenderse 22 de marzo a la(s) 20:04 · Me gusta</p>		
Sujeto 10	<p>Interesante como la niña asume el rol del papa y no el de la mamá, pero hay que cual asumirá la pequeña de grande. Que gran capacidad tienen los niños para imitar sin saber si esta bien o mal, y que conflicto ha de traer la pequeña dentro de sí! 27 de marzo a la(s) 20:36 · Me gusta</p>		
Sujeto 14	<p>Es así como yo lo veo es que la niña repite lo que ve que sucede a su alrededor y se comporta de esa manera xq ve que su padre utiliza ese lenguaje y esa forma de expresarse 21 de marzo a la(s) 22:50 · Me gusta</p>		
Sujeto 15	<p>Los niños "ven y aprenden" lo que hacen los demás, esta puede ser la razón del comportamiento de la niña hacia sus juguetes. Podemos darnos cuenta el grado de violencia en la que vive la familia, en donde la madre es sumisa y el padre ejerce su poder sobre ella. Además la forma en la que actúa el papá, fue tal vez es consecuencia del maltrato que él también vivió con sus padres. 27 de marzo a la(s) 14:46 · Me gusta</p>		
Sujeto 17	<p>Bueno pues creo que esto es muy obvio la niña juega el rol del padre machista autoritario, lo interpreta e interioriza por que ella piensa y ve en su entorno que eso que hace el papa esta bien por que a el nadie le dice nada ni siquiera la misma madre 2 de abril a la(s) 19:52 · Me gusta</p>		