



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**Redes sociales como herramienta de difusión y apoyo
educativo para Centros de Autoacceso a Lenguas**

Estudio de caso:

**Implementación de *Facebook* en la
Mediateca del CELE-UNAM**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

PRESENTA

Gaspar Rodríguez Cuellar

DIRECTOR DE TESIS

Mtro. en Ciencias de la Comunicación
Arturo Guillemaud Rodríguez Vázquez



CIUDAD UNIVERSITARIA, MÉXICO D. F., 2014



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Dedicatorias

A mis padres, Gaspar e Inocencia, por enseñarme los valores que me han permitido seguir adelante tanto en lo profesional como en lo personal.

A mi hermana Ruth por su apoyo constante e incondicional.

Agradecimientos

A mi asesor de tesis, Mtro. Arturo Guillemaud Rodríguez Vázquez por su apoyo, paciencia y buena conducción de este trabajo.

Al equipo de Mediateca, en especial a la coordinadora Mtra. Laura Velasco Martínez y a los ex-coordinadores Mtro. Juan Porrás Pulido y a la Lic. Marina Chávez Sánchez por apoyarme y permitirme ser parte de ese gran equipo.

A Rosario Aragón López, Elizabeth Olivares Quiroz, Tere Cesáreo Castillo, Erika Rodríguez Lagunas, y a Nico por su apoyo, orientación y por ser más que compañeras de trabajo. Asimismo a los asesores de este centro.

A Pavel, Irais D., Mane y Kary por estar siempre en las buenas y en las malas. Y a mis demás amigos, ya que todos han aportado algo a mi vida.

A la UNAM, la Máxima Casa de Estudios que me ha dado mucho desde el primer momento en que ingrese a sus aulas.

ÍNDICE

Introducción.....	1
-------------------	---

CAPÍTULO 1

La comunicación a través de las TIC en ámbitos educativos

1.1	Teoría de la organización.....	5
1.2	El desarrollo de la web.....	7
1.3	Las TIC en la educación.....	13
1.3.1	<i>E-learning</i>	17
1.3.2	Plataformas educativas.....	19
1.4	Redes Sociales en la educación.....	23

CAPÍTULO 2

Centros de Autoacceso de Lenguas (CAA)

2.1	CAA de lenguas en el contexto universitario.....	33
2.2	La Mediateca del CELE – UNAM.....	40
2.2.1	Servicios de la Mediateca del CELE – UNAM.....	42
2.2.2	Recursos de la Mediateca del CELE – UNAM.....	45

CAPÍTULO 3

Propuesta de la red social *Facebook* para la Mediateca del CELE-UNAM

3.1	Antecedentes y funciones de la red social <i>Facebook</i>	57
3.2	Aplicaciones y presentaciones de la red social <i>Facebook</i>	59
3.3	Implementación de la red social <i>Facebook</i> para la Mediateca del CELE-UNAM.....	64
3.3.1	Publicación y tipología de contenidos del <i>Facebook</i> de la Mediateca del CELE- UNAM.....	71
3.3.2	Recomendaciones sobre la gestión de la <i>Fan page</i>	83
	Conclusión.....	87
	Anexos.....	89
	Fuentes.....	99

Introducción

Los cambios en la sociedad y el aumento en la demanda de personal profesional altamente calificado, es una necesidad a cubrir por parte de las instituciones educativas de nivel superior. Una de las principales demandas es el manejo de una segunda lengua.

En el caso de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), para dar respuesta a esa necesidad se implementó la enseñanza de idiomas en una dependencia en específico. Se trata del Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras (CELE).

Sin embargo, el aumento desmedido de la población estudiantil y la creciente demanda de profesionales en el ámbito laboral, académico y de investigación que dominen una segunda lengua han sido la consecuencia del surgimiento e implementación de nuevas formas de enseñar, además de nuevas modalidades educativas y herramientas pedagógicas.

Una alternativa educativa que fue producto de tales necesidades fueron los Centros de Autoacceso a Lenguas (CAA), los cuales están basados en la modalidad de aprendizaje autodirigido. Estos centros constituyen una opción alternativa de aprendizaje basada en una amplia diversidad de recursos y materiales didácticos.

El CELE de la UNAM cuenta con su propio CAA mejor conocido como Mediateca. En este espacio los usuarios pueden aprender de manera autónoma inglés, francés, alemán, portugués, japonés, italiano y chino. Para ello, la Mediateca cuenta con recursos materiales, humanos y tecnológicos.

La Mediateca del CELE – UNAM ya utiliza algunos recursos tecnológicos, los cuales han sido un complemento esencial en el reforzamiento del aprendizaje

autodirigido de lenguas; además han cubierto otras necesidades de este centro.

Lo anterior nos permite observar que es necesario recurrir a otras herramientas tecnológicas que no sólo contribuyan a la difusión de los servicios de estos centros sino que complementen a los recursos con los que se cuentan.

En Internet se han generado un sinnúmero de herramientas que actualmente se utilizan en el ámbito educativo: las redes sociales. Éstas son servicios ofrecidos a través de la web. Son estructuras interactivas aprovechadas por los jóvenes ya que ofrecen un espacio informal de comunicación e interacción con sus amigos y conocidos. Asimismo, permiten construir un perfil público para formar parte de una red y crear su propia lista de contactos, con los cuales se podrá compartir información a través de distintos vínculos.

El valor de estas redes radica principalmente en su alto grado de penetración; la facilidad para compartir contenidos y la constante participación de sus miembros.

En el presente trabajo se aborda un análisis sobre los usos de la red social *Facebook* en la Mediateca del CELE – UNAM, ya que su popularidad y sus aplicaciones son sólo algunas de las razones por las cuales se eligió para ser utilizada en este centro.

La implementación de herramientas tecnológicas en el sector educativo y en especial en el aprendizaje autodirigido muestra la necesidad de adaptarse constantemente a las necesidades del entorno. Por lo tanto, para poder comprender el comportamiento y funcionamiento de las redes sociales en la educación y en especial el uso de *Facebook* en la Mediateca del CELE - UNAM, será necesario abordar este estudio de caso a través de una de las teorías organizacionales: la teoría de la contingencia.

El enfoque contingente centra su atención en el impacto del contexto. Esta corriente propone que antes de indagar en los elementos internos primero será necesario analizar el ambiente externo de la organización. Por lo tanto, podemos observar que tal perspectiva busca un equilibrio entre ambos contextos. “En otras palabras, debe haber una estrecha relación entre las demandas del entorno y la manera en que una organización responde”¹ y así poder obtener un mayor beneficio de sus circunstancias ambientales.

La Mediateca del CELE - UNAM tiene distintas necesidades. Una de ellas es la de la difusión de sus servicios. Por tal motivo, esta tesina pretende analizar cómo el uso de las redes sociales puede satisfacer estas necesidades de difusión y así contar con una mejor comprensión acerca de qué es este centro, sus funciones y los servicios que ofrece.

Además se presentarán los criterios bajo los cuales se gestionarán sus actividades, así como la publicación de contenidos y la tipología de los mismos. Todo esto con la finalidad de que independientemente de ser una herramienta de difusión también lo sea de apoyo educativo; creando así un vínculo de comunicación a distancia entre los usuarios y la Mediateca.

¹ FERNÁNDEZ Collado Carlos, *La comunicación en las organizaciones*, p.32

Capítulo

1

La comunicación a través de las TIC en ámbitos educativos

1.1 Teoría de la organización

Para la elaboración y desarrollo del siguiente trabajo es necesario conocer los fundamentos teóricos de la comunicación organizacional. Es prácticamente imposible comprender al hombre como ser social sin considerar su interrelación con las organizaciones². Por lo tanto, es importante mencionar que para una mejor comprensión de la teoría de la organización es preciso tomar en cuenta algunas variables como: el momento histórico en el que se originó, su metodología y su aplicación.

Con base en lo anterior podemos observar que en la evolución de la comunicación organizacional existen diversos enfoques o teorías, las cuales se dividen en las siguientes categorías: Teoría Clásica, Teoría Humanística, Teoría de los Sistemas y Teoría Contingente.

A continuación se describe de manera general cada una de las teorías de la organización con la intención de entender cuál es la más apropiada para el desarrollo del presente trabajo.

La Teoría Clásica. Esta teoría tuvo su origen a principios del siglo XX y la aportación más importante radica en la sistematización de la actividad industrial para perfeccionar la forma en que las organizaciones deberían estar estructuradas, y alcanzar la manera óptima de operar³.

Los diversos estudios y análisis que se realizaron posteriormente de la puesta en marcha de la Teoría Clásica dieron como resultado el surgimiento de un nuevo enfoque, el de la Teoría Humanística. Esta teoría muestra que la naturaleza de las organizaciones no depende únicamente de las condiciones físicas de trabajo, sino también de la valoración del elemento humano. La aportación de este enfoque hace que se consoliden premisas importantes

² FERNÁNDEZ Collado Carlos, *La comunicación en las organizaciones*, p. 18

³ FERNÁNDEZ Collado Carlos, *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*, p. 94

sobre aspectos como el liderazgo, la motivación, las relaciones y la comunicación informales, el cambio y desarrollo de recursos humanos⁴.

La Teoría de los Sistemas tiene como base la premisa de que toda organización es considerada como un sistema compuesto por un conjunto de elementos interrelacionados. Cabe señalar que dichos elementos constituyen un todo organizado, donde el resultado es mayor que la suma de sus partes⁵. La teoría muestra dos perspectivas para poder tener un mejor entendimiento de una organización como sistema; la primera es *sistema cerrado* (las organizaciones se contienen a sí mismas y son independientes del entorno); la segunda es *sistema abierto* (se trata de las organizaciones en constante interacción con su entorno).

La perspectiva de la organización como sistema abierto nos permite comprender mejor la última categoría de las teorías organizacionales, la Teoría Contingente. El postulado de esta teoría se basa en la relación e interacción de la organización con su entorno.

Propone que el funcionamiento interno de las organizaciones debe guardar una estrecha relación y ser congruente con la organización, las demandas del entorno y las necesidades de sus miembros. En consecuencia, esta perspectiva supone que no hay una mejor forma para diseñar un sistema de comunicación en una organización, y que cuando se realiza una investigación empírica relacionada con la comunicación en las organizaciones deben considerarse varios factores circunstanciales⁶.

La utilización del enfoque contingente para el presente trabajo se debe a que la Mediateca del CELE – UNAM es una organización en constante interacción con el entorno educativo.

⁴ FERNÁNDEZ Collado Carlos, *La comunicación en las organizaciones*, p. 24

⁵ *Ibid.*, p. 28

⁶ FERNÁNDEZ Collado Carlos, *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*, p. 104

Por lo tanto, una de las demandas principales del ámbito educativo en esta organización se centra en la utilización de la tecnología tanto para el funcionamiento de sus operaciones, así como para la optimización y difusión de los servicios que ofrece enfocados al proceso de enseñanza - aprendizaje de lenguas.

1.2 El desarrollo de la web

Para abordar el desarrollo de la web es necesario comprender el significado de la tecnología, ya que sólo así entenderemos la evolución no sólo de la red sino también de la inmensa diversidad de herramientas que abundan en Internet para el beneficio de distintos sectores sociales; y en este caso el de la educación y la comunicación.

Tecnología: es un concepto que posee varias acepciones que van desde ser un conjunto de teorías o conocimientos técnicos científicamente ordenados que conforman una ciencia o una disciplina, ésta a la vez permite diseñar, crear y aprovechar bienes y servicios. Asimismo otros conceptos la definen como los medios eficientes para un fin, o como el conjunto de artefactos materiales⁷. Todos los conceptos tienen la finalidad de cubrir y satisfacer necesidades en distintos ámbitos.

Las concepciones acerca de la tecnología pueden variar. Queda claro que su aplicación a través de métodos de organización, sistemas y técnicas benefician a la sociedad en distintos sectores (economía, salud, agricultura, finanzas, comunicación, educación, etc.) ya que nos permite ser más eficaces en distintos trabajos.

La tecnología puede presentarse en conocimientos científicos y empíricos aplicados a distintos procesos, o mediante instrumentos que permiten satisfacer necesidades y resolver problemas prácticos. Sin embargo, para poder aplicarla y que ésta sea eficaz, debemos tener en cuenta las relaciones

⁷ WEMER Rammert, *“LA TECNOLOGÍA: SUS FORMAS Y LAS DIFERENCIAS DE LOS MEDIOS, Hacia una teoría social pragmática de la tecnificación.”* 15 de enero de 2001
<<http://www.ub.edu/geocrit/sn-80.htm>> (13 de febrero de 2014)

en las cuales se basa (relación tecnología – hombre y la relación medios - fines). La tecnología y su uso no pueden ser separados uno del otro. La tecnología está definida como una "habilidad productiva activa"⁸.

Con el paso del tiempo las necesidades por satisfacer en los distintos entornos han ido cambiando constantemente. Tal es el caso de que ahora no todas están en el plano de lo físico (material), además abarcan el campo de lo virtual (no material). Por lo tanto, podemos observar que las tecnologías también se han adaptado en un proceso combinado de pensamiento y acción para generar soluciones adecuadas y dar pronta respuesta a tales necesidades.

Algunas de las mejores respuestas de la revolución tecnológica es la tecnología digital y la creación de Internet; esta última es mejor conocida como "la red de redes". Como menciona Castells, se trata de una red de redes de ordenadores capaces de comunicarse entre ellos. Esa tecnología es mucho más que una tecnología. Internet es una conexión global – local, un instrumento dinámico de información, de comunicación, de interacción, de participación y de organización social. Lo que hace es procesar la virtualidad y transformarla en nuestra realidad, constituyendo la sociedad red, que es la sociedad en que vivimos⁹.

Internet es el producto de la conjugación de la ciencia, la investigación científica y los programas de investigación militar de Norteamérica. Cabe señalar que el programa de Internet nace como programa de investigación militar pero en realidad, nunca tuvo aplicación militar¹⁰. Su historia y desarrollo se basan en la idea de la creación de una red de computadoras que permitiera la comunicación entre usuarios de éstas.

El Departamento de Defensa de los Estados Unidos de Norteamérica a través de sus programas de investigación científica-militar creó un medio de

⁸ *Ídem.*

⁹ CASTELLS Manuel, "INTERNET Y LA SOCIEDAD", Octubre 2000
<<http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain12.html>> (13 de febrero de 2014)

¹⁰ *Ídem.*

comunicación para los diferentes centros de información, dicho medio era conocido como *Advanced Research Projects Agency Network* (ARPANET).

Las primeras conexiones que se realizaron a través de ARPANET fueron con universidades de los Estados Unidos, posteriormente con universidades de otros países como Noruega y Gran Bretaña. Después otro organismo del gobierno estadounidense *National Science Foundation* (NSF) comenzó a involucrarse en las investigaciones sobre el funcionamiento de ARPANET, todo esto con la finalidad de encontrar un sucesor de esta red. En consecuencia, la Fundación Nacional de Ciencias construyó su propio sistema basado en el Protocolo de Internet y enlazó los eslabones de las redes regionales que quedaron finalmente unidos a una gran computadora: fue así como nació Internet¹¹.

La NSF diseñó y construyó el Protocolo de Control de Transmisión / Protocolo Internet (TCP/IP). Se trataba del lenguaje común de Internet, el cual determina la trayectoria de la información de una máquina a otra a lo largo de las redes. De esta forma la infraestructura de este sistema mundial de redes de computadoras se esparció alrededor del mundo. Junto con la evolución de Internet también se fueron desarrollando diversos procesos de estandarización y control para su correcto funcionamiento. Cabe señalar que las constantes transformaciones de la Internet generan debates polémicos sobre su ética, su uso y su cultura.

Es importante mencionar que desde el inicio de ARPANET y su transición hacia Internet, la red se utilizaba como enlace de comunicación, es decir, como un recurso electrónico de información para la comunidad científica. Internet constituye el ejemplo más claro de convergencia tecnológica, ya que en él confluyen la informática, las telecomunicaciones y el sector audiovisual¹².

Internet es una herramienta de comunicación libre que mantiene una relación interactiva entre dos tipos de geografía, la de los usuarios y la de los

¹¹ DOMINIK Joseph R., *La dinámica de la comunicación masiva*, p. 327

¹² CROVI Druetta Delia, *Educación en la era de las redes, una mirada desde la comunicación*, p. 109

proveedores de contenido. En ese sentido no es simplemente una tecnología; es el medio de comunicación que constituye la forma organizativa de nuestras sociedades¹³. Esto representa una revolución en el manejo y la transmisión de información, su uso se ha generalizado en cualquier ámbito de la sociedad. En su constante desarrollo podemos observar el surgimiento de nuevas aplicaciones las cuales satisfacen la mayor parte de las actividades de la vida cotidiana.

La forma en que navegamos por Internet es a través de la *World Wide Web* (www). La www o web es el conjunto de elementos multimedia (textuales, gráficos, etc.) mediante los cuales podemos explorar un sinnúmero de contenidos a través de Internet. Una de las ventajas de la Web es la de poder acceder directamente a una página, siempre que se sepa la dirección de ésta¹⁴.

La Web cambia constantemente y en esta evolución se diseñan, se crean y se incorporan nuevas herramientas; éstas le dan nombre a cada etapa de la red. Por lo tanto, es común que al abordar la historia de Internet nos encontremos con términos como Web 1.0, Web 2.0, Web 3.0 y así sucesivamente ya que Internet es un medio que cada día nos permite hacer más cosas en distintos ámbitos.

A continuación se explicarán las primeras dos etapas ya que son temas que nos competen. La Web 1.0 nos permite conocer los antecedentes y la Web 2.0 nos muestra la forma en que operan las redes sociales.

La primera etapa conocida como Web 1.0 es una forma básica y estática de la web en la que los datos que se encuentran son fijos y no se actualizan. Esto produce la pérdida de determinadas competencias comunicativas, concretamente, la de la escritura, dado que era más bien una web de lectura¹⁵.

¹³ CASTELLS Manuel, “*INTERNET Y LA SOCIEDAD*”, Octubre 2000

<<http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain12.html>> (13 de febrero de 2014)

¹⁴ DE LA CUADRA Elena, “*Internet: Conceptos Básicos*” 1996,

<http://multidoc.ucm.es/CDM/Documentos%20compartidos/36_CDM_Vol_5.pdf> (28 de enero de 2014)

¹⁵ GARCÍA Aretio Lorenzo, “*¿Web 2.0 vs Web 1.0?*”, octubre de 2007,

<http://multidoc.ucm.es/CDM/Documentos%20compartidos/36_CDM_Vol_5.pdf>, (30 de enero de 2014)

En esta versión de la web los contenidos estaban limitados a ciertos sectores, sólo podían ser editados por el administrador de la página (*Webmaster*). Por lo tanto, la información fija impedía a los usuarios interactuar con los contenidos, es decir, hacer comentarios o sugerencias respecto a la información publicada.

Las páginas de la web 1.0 se caracterizaban por ser contenidos de tipo divulgativo. Con el paso del tiempo algunas empresas, instituciones y usuarios en general comenzaron a invertir recursos en diseño y otros elementos que contribuyeran en el mejoramiento de los contenidos.

El aumento y la mejora de la información permitieron que se diera un giro en torno a la red, en el cual se marcó la diferencia entre los contenidos tradicionales (Web 1.0) y los nuevos usos y aplicaciones de la web (Web 2.0).

La Web 2.0 se refiere al diseño centrado en el usuario y se le conoce por ser un sinnúmero de páginas de Internet y aplicaciones que proporcionan servicios interactivos en la red, además facilitan la acción de compartir información. Una de las aplicaciones representativas de esta web son las redes sociales, las cuales sirven como puntos de encuentro y de interacción entre las personas que navegan por Internet.

El conjunto de sitios que conforman la Web 2.0 se caracterizan por su diseño, la interoperabilidad y su funcionalidad enfocados en el usuario. El término Web 2.0 designa una nueva tendencia de instrumentos que permiten a los usuarios interactuar entre sí, colaborar y generar contenido, esto nos muestra una nueva forma de utilizar la Web.

La Web 2.0 es un conjunto de nuevas herramientas y tecnologías de corte informático, esta web promueve que la organización y el flujo de información dependan del comportamiento de las personas que acceden a ella, permitiéndose no sólo un acceso mucho más fácil y centralizado a los

contenidos, sino su propia participación tanto en la clasificación de los mismos como en su propia construcción¹⁶.

Los sitios web 2.0 actúan más como puntos de encuentro interactivos que como sitios tradicionales (web 1.0). La forma en que operan los servicios en la web 2.0 es mediante herramientas cada vez más fáciles e intuitivas de usar, éstas se basan en un concepto de software social conocido como inteligencia colectiva. Dentro de esta inteligencia se genera una democratización en la red en la cual cualquier persona tiene las mismas posibilidades de colaborar, es decir, se trata de una apropiación social de Internet.

En la web 2.0 los usuarios añaden valor¹⁷. La función de esta web consiste en unificar esfuerzos, crear y recolectar conocimientos que contribuyan a la optimización de los flujos de información y a su vez generen una constante retroalimentación.

Las diferencias entre estas etapas de la web las podemos observar en la Fig. 1

Fig.1. Diferencias entre Web 1.0 y Web 2.0

<u>Web 1.0</u>	<u>Web 2.0</u>
Información centralizada	Información descentralizada
Información estática	Información en constante cambio
Comunicación unidireccional	Comunicación bidireccional
Pocos contenidos	Amplia diversidad de contenidos
Sitios que difunden información	Sitios que diseñan, producen y comparten información
Gestión a cargo de personas con amplios conocimientos informáticos.	Gestión a cargo de personas con conocimientos de carácter básico - intermedio en informática.

Fuente: Elaborado con base en el texto de O'Reilly, 2006.

¹⁶ HERNANDEZ Pedro, "Tendencias de Web 2.0 aplicadas a la educación en línea", 13 de febrero de 2007, <<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/web20.htm>> (7 de febrero de 2014).

¹⁷ O'REILLY Tim, "Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software", 23 de febrero de 2006. <http://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es_ES&id=2009100116300061&activo=4.do?elem=2146> (17 de febrero de 2014)

La evolución de la red ha transformado las formas de interacción entre los usuarios. Las comunidades de internautas y la amplia gama de servicios característicos de la web 2.0 fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.

Lo anterior nos muestra que la tecnología trae grandes beneficios en distintos ámbitos, tales como el desarrollo de nuevos descubrimientos que contribuyen a realizar trabajos de manera rápida y sencilla, asimismo permite que las personas manejen más información y por consiguiente tengan una comunicación más fluida. Muestra de ello es el surgimiento de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). El cambio que se está viviendo en Internet y desde Internet, evidentemente para un aprovechamiento educativo¹⁸.

1.3 Las TIC en la educación

Las TIC son el producto de la innovación científica y tecnológica en la búsqueda de gestionar y optimizar los procesos en los campos de la información y las comunicaciones.

Estas tecnologías son un conjunto de infraestructuras que ofrecen distintos productos y servicios, los cuales optimizan los flujos de información y comunicación. Además han generado un cambio cuantitativo y cualitativo de las estructuras cognoscitivas de la sociedad y los individuos que las componen¹⁹. Esto a su vez compone una abundante cantidad de estudios y análisis sobre sus efectos en la sociedad.

Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones han modificado numerosos aspectos de la vida cotidiana. Su penetración en diversas actividades hace que nuestra forma de trabajar, informarnos o comunicarnos resulte hoy en día más fácil y eficaz que hace un par de décadas²⁰. Estas

¹⁸ GARCÍA Aretio Lorenzo, “¿Web 2.0 vs Web 1.0?”, octubre de 2007.

<http://multidoc.ucm.es/CDM/Documentos%20compartidos/36_CDM_Vol_5.pdf>, (30 de enero de 2014).

¹⁹ QUINTAR Aída, *et. al. Los usos de las TICs, una mirada multidimensional*. p. 181

²⁰ QUIRÓS Romero Cipriano, *Lengua y Tecnología de la Información y las Comunicaciones*, p. 9

tecnologías han facilitado la realización de trabajos e investigaciones en distintas áreas así como:

1. La financiera
2. La comercial
3. La de salud
4. La educativa, entre otras

Las TIC han transformado los modos de comunicación, de tal forma que no sólo se ha ampliado tanto la cantidad de información intercambiada, sino también ha aumentado la variedad de canales (audio, video, entre otros) por los que ésta circula.

Las TIC son tecnologías que generan un nuevo paradigma tecnológico, económico, social, educativo, etc. El cual centra su importancia en la digitalización de los procesos. El aprovechamiento de las TIC está condicionado a su grado de acceso, las capacidades para su utilización y para la innovación de aplicaciones -e²¹ (ejemplo: *e-business*, *e-commerce*, *e-teaching*, *e-learning*, entre otros).

La incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la educación señalan una etapa de modernización y renovación en el proceso de enseñanza aprendizaje, ya que contribuyen al diseño y realización de tareas integradas y colaborativas. Las TIC permiten que el aprendizaje pueda ser mucho más individualizado y personalizado, consiguiendo así que cada uno potencie aquello que más necesita y desarrolle sus capacidades²².

La amplia variedad de información que provee Internet nos muestra la necesidad de ajustarse al nuevo paradigma educativo, en el que es preciso saber: cómo buscar información; cómo procesarla y cómo transformarla en

²¹ PISCITELLI Alejandro *et. al.* *EL proyecto Facebook y la posuniversidad, sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje.*, p. 133

²² HERNÁNDEZ Ortega José *et. al.* *Experiencias educativas en las aulas del siglo XXI.*, p. 72

conocimiento específico para lo que se quiere hacer. Entender y aplicar estas variables nos permitirá aceptar que hay otras formas de hacer las cosas.

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación constituyen modos de apropiación de la realidad, del mundo y del conocimiento²³. Dicha apropiación nos muestra que la enseñanza se basa en la comunicación de la información. Por lo tanto, son estas tecnologías las que contribuyen a que la información difundida por los medios sea comprendida e interpretada en forma autónoma.

Las TIC tanto en otros entornos como en la educación brindan distintas posibilidades de comunicación y de participación social. Algunas de sus características son: la capacidad para transmitir gran volumen de los datos, la instantaneidad de las transmisiones y la velocidad en el traslado de la información.

Actualmente las TIC son instrumentos importantes en el desarrollo de los procesos de enseñanza aprendizaje, debido a que posibilitan el acceso a los procesos de información y comunicación a cualquier persona que tenga conocimientos generales sobre su manejo. Se trata de un conjunto de herramientas que pueden resultar muy valiosas para aprender, crear y compartir²⁴. Por lo tanto, podemos observar que el uso apropiado de un elemento de la conectividad, tiene el potencial y la capacidad educativa y cultural para obtener beneficios en el entorno educativo.

La aplicación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la educación, brinda una amplia oferta de herramientas que facilitan el trabajo docente y el aprendizaje de los alumnos, además fomentan la participación, el trabajo en equipo, la investigación y el análisis.

Las tecnologías de la información en la educación contribuyen al desarrollo de capacidades y habilidades de los aprendientes. Asimismo, éstas combinan elementos de la informática (formatos de audio, texto y video entre otros) que

²³ GUERRA Marcela Susana, *La tecnología y la educación personalizada, teoría y práctica*. p 54

²⁴ BADIA Antoni *et, al. Escuela y Cultura Digital, Internet como recurso*, p 14

proporcionan información actual y relevante que fortalece la producción de materiales educativos.

Algunas ventajas de las TIC son:

- Reducción de tiempos de comunicación entre los profesores y los alumnos.
- Proporcionan una amplia diversidad de información en la red, la cual se encuentra en distintos formatos y es útil para reforzar temas en específico.
- Aprendizaje colaborativo.

El uso correcto de las TIC en la educación puede ser aprovechado para mejorar la calidad educativa ya que cuentan con el potencial para fomentar la participación de los estudiantes, volverlos más activos y no sólo promueve, además aumenta la interacción entre el profesor, el alumno y el tema u objetivo a aprender.

La incorporación de estas tecnologías en los procesos educativos logran que los profesores se actualicen constantemente, al mismo tiempo las cosas que aprenden los estudiantes no sólo aumenta su capacidad de análisis, también les permite aplicar dichos conocimientos de manera práctica y resolver problemas.

Las TIC en manos de los alumnos constituyen una herramienta excelente para personalizar la educación y conseguir objetivos²⁵. Algunos de los principales instrumentos utilizados de estas tecnologías en la educación son las plataformas educativas (las cuales estudiaremos más adelante) que se derivan de una de las aplicaciones e- en la educación, mejor conocida como *e-learning*.

²⁵ HERNÁNDEZ Ortega José *et, al. Experiencias educativas en las aulas del siglo XXI*, p. 69

1.3.1 E- Learning

Las diversas necesidades de las personas son una variable que ha influido en el aspecto de que Internet sea un medio que ha llegado a formar parte del funcionamiento de muchas áreas de la sociedad y de las diversas actividades cotidianas de la gente. Además, tanto las funciones que cumple Internet, como las herramientas de las que dispone son tan numerosas como heterogéneas²⁶.

La creación, desarrollo e incremento de nuevos instrumentos en distintos ámbitos sociales se debe al uso intensivo por parte de los usuarios y de distintas organizaciones. Esto ha dado origen a las conocidas aplicaciones e-. Dichas aplicaciones nos permiten observar que el uso de la red para las relaciones personales genera la denominada *sociabilidad virtual* o las llamadas *comunidades virtuales*.²⁷

Al hablar de las innovaciones tecnológicas aplicadas al entorno educativo se debe señalar que es indispensable que éstas vayan acompañadas de las innovaciones pedagógicas. Para esto es necesario incorporar los cambios estrictamente técnicos en el marco de proyectos diseñados y fundamentados desde el campo de conocimientos de la educación.²⁸

El uso de Internet en el ámbito educativo ha dado origen al *e-learning*. El *e-learning* es una aplicación e- enfocada a los procesos de aprendizaje de educación a distancia o semipresencial que se pueden realizar a través de distintos canales electrónicos.

El *e-learning* es un tipo de enseñanza mediante la cual el usuario tiene la posibilidad de interactuar con herramientas y recursos pedagógicos que se encuentran en la web.

²⁶ MARIANO Chóliz Clara Marco, *Adicción a Internet y redes sociales*, p. 18

²⁷ AIBAR Eduard, “*Las culturas de Internet: la configuración sociotécnica de la red de redes*” <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-00132008000200002> (8 de enero de 2014)

²⁸ HERNANDEZ Pedro, “*Tendencias de Web 2.0 aplicadas a la educación en línea*”, 13 de febrero de 2007, <<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/web20.htm>> (7 de febrero de 2014).

Cabe mencionar que en los inicios de esta aplicación su uso se planeó como apoyo para la educación a distancia, sin embargo, el *e-learning* poco a poco se fue expandiendo dentro del sistema educativo y fue abarcando aspectos de la educación presencial, generando así la modalidad de educación semipresencial. Por lo tanto, esta herramienta tecnológica es considerada un soporte de aprendizaje en la educación formal (dentro del aula) e informal (fuera del aula).

El *e-learning* se caracteriza por ser un proceso formativo en el cual el profesor y los estudiantes interactúan a través de un aula virtual y a la vez cuentan con los recursos pedagógicos multimedia apropiados para el aprendizaje de un tema en específico, tales recursos son una combinación de contenido digital, soporte y servicios que además permiten implementar la enseñanza síncrona, es decir, de manera simultánea, o asíncrona, o sea, cuando las partes que transmiten información no están sincronizadas entre sí.

El *e-learning* va más allá de ser una innovación tecnológica en el proceso de enseñanza – aprendizaje. Es un concepto educativo que tiene como base aspectos pedagógicos y las Tecnología de la Información y la Comunicación. Estos elementos ofrecen algunos beneficios como:

- Aprendizaje colaborativo
- Flexibilidad de contacto entre profesor-usuario o profesor-grupo
- Instantaneidad y rapidez en la búsqueda de información
- Extiende y facilita el acceso a los recursos de la web
- Eliminación de las limitaciones provocadas por variables de tiempo-espacio
- Fomenta la responsabilidad e incrementa la autonomía de los estudiantes

Internet transformó y continúa transformando a la sociedad. Asimismo el *e-learning* ha cambiado la forma de ver la educación, la forma de educar y la forma de aprender. Una de las ventajas de esta aplicación se debe a que se puede llevar a cabo el aprendizaje de manera individual o grupal.

El *e-learning* es más que aprendizaje electrónico realizado a través de computadoras conectadas a Internet, se trata de un conjunto de propuestas que facilitan el acceso a los recursos de la web, incrementan el conocimiento y mejoran la calidad del aprendizaje.

Lo anterior nos permite observar que nos encontramos ante una web con instrumentos que enlazan a las personas mediante vínculos sociales. Esto nos muestra que una de las herramientas con potencial para el aprovechamiento de los aprendientes serían las Redes Sociales, siempre y cuando éstas se utilicen como componentes o extensiones del *e-learning*. Cabe señalar que la modalidad de oferta educativa mediante redes digitales es una experiencia en continuo desarrollo.

Es importante mencionar que en los inicios del *e-learning* las herramientas más utilizadas eran la correspondencia (e-mail) y la mensajería instantánea (chat). Sin embargo, el desarrollo de más aplicaciones informáticas ha permitido que esta modalidad educativa amplíe y optimice sus funciones a través de Plataformas Educativas o redes virtuales.

A pesar de la evolución de Internet y de la diversidad de instrumentos en el ciberespacio, el reto de la educación virtual consiste en integrar a los alumnos en momentos clave del proceso educativo y no sólo verlos como receptores pasivos de información con breves destellos de participación²⁹.

1.3.2 Plataformas educativas

Las Tecnologías de la Información y Comunicación en el ámbito educativo proporcionan distintas herramientas que se han utilizado en el proceso de enseñanza- aprendizaje. Éstas han sido creadas, desarrolladas y adaptadas al ámbito educativo han roto con el modelo unidireccional de formación, en el cual el conocimiento depende del profesor o de otros materiales didácticos.

²⁹ *Ídem.*

La principal ventaja de apoyarse en las nuevas herramientas informáticas es que el alumno puede interactuar con otros compañeros y profesores y además éstas les permiten difundir información de interés, compartir experiencias y conocimientos.

Una de las herramientas del *e-learning* más utilizadas tanto en la enseñanza tradicional como en el aprendizaje autodirigido es la Plataforma Educativa. Estas plataformas se pueden definir como “un amplio rango de aplicaciones informáticas instaladas en un servidor cuya función es la de facilitar al profesor la creación, administración, gestión y distribución de cursos a través de Internet”³⁰. La creación de las plataformas se debe principalmente a la necesidad (tanto de docentes como de aprendientes) de contar con recursos educativos que enriquezcan el aprendizaje.

En las plataformas educativas los usuarios interactúan con una amplia gama de contenidos virtuales, los cuales pueden servir de apoyo para proponer y producir nuevos contenidos digitales que complementen el aprendizaje. Asimismo estas plataformas tienen la capacidad para crear foros de discusión donde los alumnos se plantean y debaten temas, lo cual ha permitido innovar en la forma de educar.

Las diversas tecnologías en el campo de la educación van adquiriendo más funcionalidades y en consecuencia se van aplicando múltiples estrategias pedagógicas en diversos escenarios.

Estos escenarios se caracterizan por ser interactivos, eficientes, fácilmente accesibles y distribuidos. También proporcionan un soporte fundamental para adecuar la metodología docente a las necesidades de los estudiantes.

A pesar de que en la actualidad existen distintas plataformas educativas que ofrecen una amplia gama de servicios y todas ellas incorporan por regla general utilidades para la creación y gestión de contenidos, junto con

³⁰ SÁNCHEZ Rodríguez José, “*Plataformas de enseñanza virtual para entornos educativos*”, enero de 2009, < <http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n34/15.pdf> > (20 de enero de 2014).

mecanismo de comunicación de forma síncrona (como el *chat*) y asíncrona como el correo electrónico y los foros de debate³¹.

Los avances en la tecnología y en la educación han permitido un aumento considerable en la amplia variedad de plataformas existentes. Por lo tanto es necesario agruparlas según sus características y servicios que ofrecen, para ello nos basaremos en la clasificación hecha por José Sánchez Rodríguez, quien propone agrupar las plataformas de la siguiente manera:

Plataformas comerciales de Software Libre de desarrollo propio: Se trata de las plataformas desarrolladas por instituciones o grupos de investigación y que además guardan cierto grado de anonimato debido a que no acostumbran publicitarse.

Plataformas Comerciales: Este tipo de herramientas suele cobrar una cuota de instalación y/o mantenimiento. La cuota es variable, ya que depende de la función de la plataforma y el número de usuarios. Algunas de las plataformas más conocidas aparecen en la figura 2.

Fig. 2. Plataformas educativas



Fuente: Elaborado con base en el texto de Carabantes, 2005.

³¹ CARABANTES Alarcón David *et. al.* “La innovación a través de entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje”, 2005, < <http://ried.utpl.edu.ec/?q=es/node/249> >, (29 de enero de 2014).

Plataformas de Software Libre: Se refiere al tipo de plataformas que disponen de la licencia *General Public License* (GPL). Esta licencia otorga beneficios a través de cuatro libertades, las cuales son:

- Libertad de usar el programa con cualquier propósito.
- Libertad de estudiar cómo funciona el programa y adaptarlo a necesidades propias.
- Libertad de distribuir copias, con esta función puedes ayudar a tus compañeros.
- Libertad de mejorar el programa y hacer públicas las mejoras a los demás, de modo que toda la comunidad se beneficie.

Las plataformas más conocidas más conocidas aparecen en la figura 3.

Fig. 3. Plataformas de Software Libre



Fuente: Elaborado con base en el texto de Carabantes, 2005.

Es importante mencionar que sea cual sea el tipo de plataforma, ésta debe cubrir ciertos requisitos y ofrecer sus servicios a través de herramientas de soporte orientadas a la productividad y al aprendizaje que permitan la apropiada gestión del conocimiento y la publicación de cursos y contenidos. Dichas herramientas ayudaran a cumplir con estándares de calidad, de seguridad y evaluación entre otros.

Por último es preciso señalar que el reto para las plataformas del futuro consistirá en explotar al máximo el dinamismo dentro de los materiales

educativos, incluyendo las facetas del aprendizaje, la comunicación, la colaboración y la evaluación.³²

Internet brinda tanto a docentes como a estudiantes un sinnúmero de instrumentos auxiliares en el proceso de enseñanza – aprendizaje. Sin embargo, muchas de éstas son presentadas bajo una imagen de mucho rigor y de carácter formal, por lo que es necesario implementar el uso de otros elementos de Internet más atractivos que brinden beneficios en el ámbito educativo, uno de estos elementos y que cumple con las características antes mencionadas es la red social.

1.4 Redes sociales en la educación

Las ciencias humanas han definido al ser humano como un ser social, de ahí su constante búsqueda de interacción con otras personas y su necesidad natural de sentirse parte de algún grupo, pues la formación de grupos consiste en agrupaciones de personas con objetivos en común. Cabe señalar que las agrupaciones que más influyen en la sociedad son las redes. Una red se refiere a la interacción entre los individuos y a cómo se comunican entre sí, bien como una consecuencia de la accesibilidad de un canal de comunicación, o a causa de la libertad percibida para utilizar los canales disponibles.³³

A lo largo de la historia, el hombre se ha relacionado de diferentes formas y a través de diferentes medios, buscando mantenerse informado, sentirse cerca de otros y conocer gente nueva. En años recientes, el crecimiento y fortalecimiento de Internet como medio de comunicación ha facilitado la interacción de las personas a través del uso de redes sociales.

En la actualidad somos testigos de la evolución tecnológica y sus repercusiones en la sociedad. La más visible se da en la formación de grupos y cómo trascienden del campo físico al virtual. En esta transición podemos

³² MARCUS Alejandro *et, al*, *Una visión de los nuevos retos que enfrentan las plataformas de Educación Digital en el siglo XXI*, octubre 2004. <<http://www.ufgfs.br/niee/eventos/RIBIE/2004/comunicacao/com1031-1040.pdf>>, (3 de febrero de 2014).

³³ FERNÁNDEZ Collado Carlos, *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*, p.73

observar que en la web, en las actividades virtuales también se forman comunidades de personas basadas en semejanzas, intereses individuales y valores sociales, de esta forma se generan distintas redes de afinidades. Por lo tanto, estamos ante nuevos escenarios en los que los internautas están cada vez más informados, saben mejor lo que quieren y se han vuelto consumidores y productores de contenidos colaborativos, además de organizarse en redes sociales. Por ende, una red social es un conjunto organizado de personas formado por dos tipos de elementos: seres humanos y conexiones entre ellos³⁴.

Las redes sociales son servicios ofrecidos a través de la web que permiten construir un perfil público (para formar parte de la red) y crear una lista de contactos (elabora su propia red) con los cuales se podrá compartir información a través de distintos vínculos. Son estructuras interactivas compuestas por grupos de personas que permiten a través de aplicaciones web conectar a un sinnúmero de usuarios ya sea para compartir conocimientos o por uno o varios tipos de relaciones (amistad, parentesco, etc.) e intereses en común (libros, música y fotografía, entre otros).

Lo anterior nos muestra que cuantos más contactos se tengan, más capacidad tenemos de ampliar la red a través de las micro - redes de cada uno de ellos. Sin embargo, es importante señalar que para optimizar el uso de nuestra red lo que cuenta es mantener los contactos adecuados (aquellos con objetivos afines) y usar la red de una manera activa.³⁵ Por eso, las redes surgen como una alternativa de comunicación.

Enrique Bustamante señala que una red social de la cual se desprende una comunidad virtual, no es otra cosa más que un grupo de personas que comprende los siguientes elementos:³⁶

- Desean interactuar para satisfacer sus necesidades o llevar a cabo roles específicos.

³⁴ CHRISTAKIS Nicholas A. *et, al. CONECTADOS*, p. 27

³⁵ CARRERA Felipe, *Redes Sociales y Networking. Guía de supervivencia profesional para mejorar la comunicación y las Redes de Conatctos con la web 2.0*, p. 176

³⁶ BUSTAMANTE Enrique, *Redes Sociales y comunidades virtuales en Internet*, p. 11

- Comparten un propósito determinado que constituye la razón de ser de la comunidad.
- Interactúan mediante herramientas tecnológicas que facilitan la cohesión entre los miembros, sin importar su ubicación física.

Actualmente las redes sociales están siendo utilizadas en distintos ámbitos (salud, comercio y educación, entre otros) como medio de comunicación entre la organización y el usuario final. Las redes sociales utilizadas como instrumentos en una estrategia de comunicación representan una opción ideal y fácil de usar para mantenerse en contacto de manera personal con los usuarios, responder preguntas, inquietudes y difundir información de interés.

Las redes sociales pueden ser utilizadas como plataformas colaborativas y de interacción social entre individuos, las cuales pueden complementar la prestación de servicios. Además presentan claros efectos de red, cuanto mayor sea el número de usuarios y cuanto más ricos y completos sean los perfiles creados, más capacidad tendrá la red social de conseguir nuevos usuarios.³⁷

Para tener un panorama más amplio acerca de las redes sociales en Internet y su posterior aplicación en la educación será necesario analizar brevemente su origen como herramientas de la web 2.0 y su desarrollo en distintos ámbitos. Por lo tanto, podemos observar que el origen de las redes sociales en la web se remonta al año 1995 cuando *Randy Conrads* creó un sitio web llamado *classmates.com* que pretendía recuperar o mantener el contacto con antiguos compañeros de las escuelas. Este fue el primer paso para la creación de más sitios web como *MySpace*, *Orkut*, *Flickr*, *Hi5*, *Facebook*, *Twitter*, *Google +* y *Linked in*, entre otros. Véase figura 4.

³⁷ PÉREZ Jorge *et. al.* *El debate sobre la privacidad y seguridad en la red: Regulación y mercados*, pp. 153-154

Fig. 4. Redes sociales.



Fuente: Elaboración propia

La tecnología sobre la que se sustentan las redes sociales permite a sus usuarios compartir todo tipo de datos e información y en múltiples formatos (audio, texto y video, entre otros). Es preciso destacar que la transferencia de datos a través de estas redes es más ágil y mucho menos limitada que otras formas como el correo electrónico. Lo que las convierte en un espacio idóneo para el intercambio de información entre internautas.

Cabe señalar que el atractivo de las redes sociales es la interactividad. El internauta deja de ser un mero receptor o buscador de información para convertirse en agente activo en el proceso de comunicación.³⁸

El origen, desarrollo y mejoramiento de tales redes ha permitido estrechar los vínculos y relaciones que se establecen entre las organizaciones y los posibles usuarios distribuidos en dichas redes.

Asimismo, la evolución, el continuo crecimiento y el rediseño de las redes sociales en Internet han permitido que en la actualidad las personas cuenten con una amplia variedad de instrumentos para satisfacer sus necesidades. Por lo tanto, es necesario agruparlas según su funcionalidad.

³⁸ CHÓLIZ Mariano, *Adicción a Internet y redes sociales*, p. 32

A la hora de hablar de redes sociales y una vez entendido el término podemos pasar a la siguiente fase, la cual consiste en su clasificación, para ello, debemos hacer una distinción entre tres tipos de herramientas en Internet que tienen como elemento subyacente, las redes de personas.³⁹ A continuación se muestra la tipología hecha por Linda Castañeda Quintero.

Tipología de las redes sociales:

1. Medios de comunicación social

Se refiere a los sitios en los cuales las personas publican elementos de audio, video, imágenes o incluso presentaciones visuales.

Los medios de comunicación social más conocidos son:

- *Flickr, Picasa, Fotolog e Instagram* (red para compartir fotos).
- *You tube y Vimeo* (red para compartir videos).
- *Slideshare* (red para compartir presentaciones visuales).

En estas redes de personas la relación entre sus integrantes se da con base en los elementos que comparten.

2. Medios de seguimiento de la actividad en red

Se trata de sitios en los que los usuarios crean un perfil y posteriormente agregan otros *medios de comunicación social* o páginas de noticias, eventos y novedades, entre otras. Estas redes de personas también son conocidas con el concepto de *Lifestreaming* y se caracterizan porque los usuarios comparten contenidos que muestran su actividad en red y atraen la atención.

Los medios de seguimiento de de la actividad en red más conocidos son:

³⁹ CASTAÑEDA Quintero Linda, *Aprendizaje con redes sociales, tejidos educativos para los nuevos entornos*, p. 20

- Identoo.
- Friendfeed.
- LifeStream.fm.

3. Las redes sociales

Son las redes de personas en las cuales lo más importante es la red en sí misma.⁴⁰ En este tipo de sitios el usuario crea un perfil y después elabora su red de contactos con los propietarios de otros perfiles, de esta forma la red se mantiene de diversos vínculos en constante interacción.

Las redes sociales más conocidas son:

- Facebook
- Twitter
- XING
- Tuenti
- Linked in
- Ning
- Orkut

La clasificación de las redes nos permite conocer mejor cuáles son las que poseen las herramientas más útiles para cumplir nuestros objetivos. En la actualidad además de las ilimitadas perspectivas que nos ofrece el mundo virtual, participamos en otras formas de comunicación e interacción, que no por estar muy extendidas dejan de ser extraordinarias.⁴¹

El uso y beneficio de las redes sociales en distintos entornos ha despertado el interés de diversas organizaciones para llevar a cabo sus prácticas. En el caso

⁴⁰ *Ibid.*, p. 26

⁴¹ CHRISTAKIS Nicholas A. et, al. *CONECTADOS*, p. 266

de las instituciones educativas algunos educadores han optado por implementar las redes como herramientas didácticas. Esto con el fin de ser un complemento en el proceso de aprendizaje, dado que éste tiene lugar dentro (educación formal) y fuera de las aulas (educación informal).

Es preciso conocer tres perspectivas educativas complementarias ⁴² al momento de decidir utilizar las redes sociales en la educación:

1. Aprender con redes sociales.
2. Aprender a través de las redes sociales.
3. Aprender a vivir en un mundo de redes sociales.

Con base en estas perspectivas podemos observar que para que el uso de una red social en la educación sea el adecuado es necesario: establecer los objetivos de su función; definir los criterios de participación de los usuarios de la red (tanto de los profesores como de los estudiantes); proporcionar entornos de aprendizaje; contar con herramientas de fácil uso e integración en la red así como realizar actividades dinámicas que fomenten la participación, el trabajo en equipo y la constante colaboración para enriquecer cada vez más el conocimiento.

Comunicación, creatividad y colaboración son valores clave a la hora de utilizar las redes sociales en la educación. Las redes facilitan la comunicación entre profesores y alumnos, también abren un nuevo canal en el que no sólo se establecen diferentes tipos de encuentros sino que además se proporcionan actividades dinámicas entre los participantes. Lo anterior nos muestra que no basta con entender las perspectivas, además es necesario analizar algunas implicaciones pedagógicas sobre el uso de las redes sociales en el proceso de enseñanza aprendizaje.

⁴² CASTAÑEDA Quintero Linda, *Aprendizaje con redes sociales, tejidos educativos para los nuevos entornos*, p. 34

Muchas personas dudan que las redes sociales sean una herramienta apropiada para el aprendizaje efectivo. Sin embargo, cumplen con cuatro características esenciales que demuestran lo contrario, éstas son⁴³:

- Proveen al estudiante de un entorno creativo con múltiples herramientas y materiales (sonidos, imágenes, videos...) que envuelven al estudiante en su adquisición de conocimientos, logrando un compromiso activo con cada integrante del aula.
- Facilitan el contacto entre alumnos y profesor, permitiendo que realicen actividades en conjunto y que compartan sus ideas.
- Rompen la barrera de espacio y de tiempo, ya no es necesario estar físicamente con cualquier integrante del aula para plantear alguna pregunta o compartir algún conocimiento.
- Ofrecen a los estudiantes el acceso a un mundo de información que les permite una conexión con el contexto del mundo real, abriéndoles las puertas de cualquier tema impartido en clase.

Las redes sociales en la educación facilitan la comunicación, refuerzan las conexiones internas entre profesores y alumnos dando como resultado la ampliación de las fronteras en el proceso de enseñanza aprendizaje.

Las redes sociales son herramientas muy completas que ofrecen acceso a la información al instante. En estas redes enfocadas a la educación se pueden encontrar:

1. Publicación de artículos educativos.
2. Publicación de noticias.
3. Foros y debates sobre temas relacionados con la educación.
4. Colaboraciones de proyectos educativos (los usuarios comparten sus experiencias).

⁴³ *Ibíd.* pp. 93-94

5. Difusión de cursos, eventos, concursos, cursos y todo aquello que esté relacionado con el entorno educativo.

La educación apoyada en las redes sociales configura los roles de los actores involucrados en los procesos de enseñanza – aprendizaje y en labores de investigación educativa como: profesores – alumnos, asesores- aprendientes. Es importante señalar la diferencia entre el aprendiente y el estudiante, el primer termino se utiliza para referirse a la persona que asiste de manera presencial a clases impartidas por un profesor, mientras tanto, el aprendiente es la persona cuyo proceso de aprendizaje puede ser autónomo o autodirigido. Aunque el uso de las redes ofrece a los alumnos libertad en tiempo y movimiento, les pide a cambio manejarse en una situación de autoaprendizaje⁴⁴. Por lo tanto, estas herramientas poco a poco se han ido colocando en el centro de los sistemas educativos.

El uso de redes sociales en la educación así como de otras herramientas de Internet requiere de un gran interés y conciencia sobre las necesidades de formación de los aprendientes.

⁴⁴ CROVI Druetta Delia, Educar en la era de las redes, una mirada desde la comunicación, p. 70

Capítulo

2

Centros de Autoacceso de Lenguas (CAA)

2.1 CAA de lenguas en el contexto universitario

A finales de la década de los sesenta hubo una serie de sucesos que marcaron un cambio radical en distintos países, principalmente en los occidentales e industrializados. Dichos cambios en la sociedad se enfocaban en los derechos de la mujer, de los niños, al cuidado ambiental y por supuesto a la educación.

En este último rubro surgieron y se desarrollaron nuevas formas y herramientas para apoyar la educación. En especial a la educación de los adultos. Una alternativa a la forma tradicional de aprendizaje fue el aprendizaje autodirigido.

El aprendizaje autodirigido es un método en el cual el estudiante asume y determina sus metas de aprendizaje. Para ello detecta sus necesidades, formula sus objetivos (académicos, laborales o desarrollo personal, entre otros) y posteriormente comienza la búsqueda de recursos humanos y materiales que contribuyan al cumplimiento de sus metas. Cabe señalar que durante este proceso el estudiante no sólo aprende a detectar qué tipo de aprendiente es (auditivo, visual o kinésico) sino que también identifica qué estrategia es la más conveniente para satisfacer sus necesidades.

En la actualidad en distintos países la investigación, el ámbito laboral, así como otras áreas de la sociedad demandan cada día la preparación de profesionales que cuenten con el dominio de dos o más lenguas. Por tal motivo el aprendizaje autodirigido ha encontrado cabida en el proceso de enseñanza – aprendizaje de lenguas, además poco a poco se ha ido adaptando a las necesidades de un mundo globalizado.

El antecedente del aprendizaje autodirigido a lenguas comienza con el proyecto de dos universidades, por una parte en Francia la Universidad de Nancy II pone en marcha el *Centre de Recherches et d'Applications Pédagogiques en Langues* (CRAPEL), mientras tanto, en Inglaterra la Universidad de Cambridge y el consejo Británico sustentan el proyecto *Open Access Sound y Video Library*.

La adaptación de esos modelos al contexto mexicano comienza en 1992 con un convenio firmado entre el Consejo Británico, La Secretaría de Educación

Pública (SEP) y la mayoría de las universidades públicas del país, para impulsar la enseñanza de los idiomas a través de los centros de autoacceso; y el CRAPEL con el apoyo de la embajada de Francia en México.

Antes de continuar con el desarrollo de los elementos que conforman un CAA es preciso mencionar que no se debe confundir a los laboratorios de idiomas con este tipo de centros.

A pesar de que ambos son producto de la necesidad imperante del aprendizaje de lenguas apoyado en distintos recursos (materiales, tecnológicos y humanos, entre otros) existe una gran diferencia. En los laboratorios de idiomas se encuentran equipo y materiales y el estudiante los usa para practicar lo que su profesor de curso escolarizado le indica. En el otro tipo de espacio, el aprendiente se forma en autonomía y dirige él mismo su aprendizaje apoyado en una estructura principalmente académica que lo orienta.⁴⁵

Con base en lo anterior, es preciso señalar que los proyectos hechos para fomentar el aprendizaje autodirigido de lenguas han sido concebidos bajo distintos nombres, tales como: Salas de Autoacceso (SAC), Centros de Autoacceso (CAA) o simplemente Mediatecas. Un mismo objetivo (fomentar la autonomía del aprendizaje de idiomas), diferentes formas de presentarlo.

Las mediatecas son una alternativa educativa para:

- Los estudiantes que quieren comenzar a aprender un idioma y sus actividades (escuela, trabajo etc.) no le permiten asistir a un curso de manera tradicional (aula-profesor).
- Estudiantes que quieren reforzar una habilidad de la lengua en específico (comprensión auditiva, producción de textos, comprensión de lectura, expresión oral).
- Estudiantes que quieran aclarar sus dudas sobre ciertos temas vistos en clase.

⁴⁵ Chávez Sánchez Marina, *Colección aprendizaje autodirigido*, p. 7

En estas salas el objetivo general es que los estudiantes se ocupen de las actividades de aprendizaje a través de una situación de autodirección. Es decir, los aprendientes tendrán que aprender a aprender y ser independientes.⁴⁶

De la década de los noventa a la fecha el proyecto de mediatecas continúa creciendo día a día, actualizándose en la búsqueda de herramientas que sirvan de apoyo en el proceso de aprendizaje autodirigido a lenguas. Por lo tanto, los CAA son una opción educativa innovadora cuyo valor y función principal se sustenta en ser un espacio de formación hacia la autonomía.

Esta formación despierta y desarrolla las capacidades de aprendizaje de los usuarios ya que asumen la dirección de su propio proceso para aprender una lengua. Por lo tanto, en estos centros no existen formas de evaluación predeterminadas, ya que cada aprendiente decide qué y cómo va a aprender; cómo y cuándo va a autoevaluarse.⁴⁷

Cabe señalar que el aspecto de la autoevaluación es muy importante ya que esta modalidad de aprendizaje autodirigido no puede certificarse oficialmente en estos centros debido a que el alumno traza sus objetivos de aprendizaje de la lengua y con base en ellos define el tiempo y el ritmo en el que los cumplirá.

A continuación se presenta un listado de los Centros de Autoacceso a Lenguas en el país, todo esto con la finalidad de tener un panorama más amplio de la importancia del aprendizaje autodirigido en el contexto universitario y su continua expansión a nivel nacional. Véase figura 5.

⁴⁶ *Op. Cit.* LÓPEZ Yañez Alicia del Carmen, *El centro de Aprendizaje Autodirigido como una opción para el desarrollo de las capacidades de la persona adulta en la adquisición de una segunda lengua*, p. 61

⁴⁷ LÓPEZ Escudero Bertha, *Centros de Autoaprendizaje, una opción atractiva e innovadora para acercarnos a los idiomas*, p. 19

Fig. 5. Centros de autoacceso en (CAA) en México.

	Dependencia	Lugar
1.	Universidad Autónoma de Aguascalientes Centro de Autoacceso	Aguascalientes
2.	Universidad Autónoma de Baja California Norte Centro de Medios de Autoacceso de Idiomas	Mexicali, Baja California Norte
3.	Universidad Autónoma de Baja California Sur Centro de Autoacceso	La Paz, Baja California Sur
4.	Universidad Autónoma de Coahuila Centro de Libre Acceso para el Aprendizaje de Idiomas	Saltillo, Coahuila
5.	Universidad Iberoamericana Torreón. Plantel Laguna Laboratorio de Autoacceso de Idiomas (L.A.A.D.I.)	Torreón, Coahuila
6.	Universidad de Colima Centro de Autoacceso para el Aprendizaje de Lenguas (CAAL), Campus Manzanillo	Manzanillo, Colima
7.	Universidad Autónoma de Chiapas Centro de Autoacceso para el Aprendizaje de Lenguas	Tuxtla Gutiérrez, Chiapas
8.	Universidad Autónoma de Ciudad Juárez Centro de Autoaprendizaje (CAA)	Ciudad Juárez, Chihuahua
9.	Universidad Autónoma de Durango Centro Universitario de Autoaprendizaje de Lenguas (CUAAL)	Durango, Durango
10.	Universidad Autónoma de Durango Centro de Autoacceso	Ciudad Gómez Palacio, Durango
11.	Universidad Autónoma del Estado de México Centro de Autoacceso de Toluca	Toluca, Estado de México
12.	Universidad Autónoma de Chapingo Mediateca del Centro de Idiomas	Chapingo, Estado de México

13.	Universidad Autónoma de Guanajuato Centro de Autoacceso Ex. Fac. de Contabilidad	Guanajuato, Guanajuato
14.	Universidad Autónoma de Hidalgo Centro de Autoacceso. Campus. Sahagún	Acapulco, Guerrero.
15.	Universidad Autónoma del Estado de Morelos Centro de Autoacceso	Cuernavaca, Morelos
16.	Universidad Autónoma de Hidalgo Centro de Autoacceso. Campus Tizayuca	Pachuca, Hidalgo
17.	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Centro de Autoacceso Tulancingo	Tulancingo, Hidalgo
18.	Universidad de Guadalajara Sur Centro de Autoacceso del Centro Universitario de la Costa	Autlán de Navarro, Jalisco
19.	Centro Cultural de Lenguas A. C. Centro de Autoacceso	Morelia, Michoacán
20.	Universidad Autónoma del Estado de Morelos Centro de Autoacceso	Cuernavaca, Morelos
21.	Universidad Autónoma de Nuevo León Centro de Autoaprendizaje de Idiomas	San Nicolás de los Garza, Nuevo León
22.	Universidad Autónoma del Estado de Nayarit Centro de Autoaprendizaje de Lenguas Extranjeras	Tepic, Nayarit
23.	Universidad Autónoma de Nuevo León Facultad de Enfermería Centros de Auto-Aprendizaje de Idiomas	Marín, Nuevo León
24.	Universidad Autónoma de Nuevo León Facultad de Ciencias de la Tierra Centro de Idiomas/Centro de Autoacceso	Guadalupe, Nuevo León
25.	Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca Centro de Autoacceso	Oaxaca, Oaxaca

26.	Universidad del Mar Huatulco Centro de Autoacceso	Huatulco, Oaxaca
27.	Universidad Autónoma de Quintana Roo. Cancún Centro de Autoacceso	Cancún, Quintana Roo
28.	Universidad Autónoma de Querétaro Tecno Centro de Autoaprendizaje de Lenguas	Querétaro, Querétaro
29.	Universidad de Quintana Roo. Chetumal Centro de Autoacceso	Chetumal, Quintana Roo
30.	Universidad Autónoma de Quintana Roo Centro de Autoacceso-Unidad Cozumel	Cozumel. Quintana Roo
31.	Universidad Autónoma de San Luis Potosí- Zona Huasteca Centro de Autoacceso	Ciudad. Valle, San Luis Potosí
32.	Universidad Autónoma de San Luis Potosí Centro de Autoacceso	San Luis Potosí, San Luis Potosí
33.	Universidad Autónoma de San Luis Potosí- Zona Centro Centro de Autoacceso	San Luis Potosí, San Luis Potosí
34.	Universidad Autónoma de San Luis Potosí Zona Universitaria Centro de Autoacceso	San Luis Potosí, San Luis Potosí
35.	Universidad Autónoma de Sinaloa Centro de Autoacceso	Mazatlán, Sinaloa
36.	Universidad Autónoma de San Luis Potosí Centro de Autoacceso	San Luis Potosí, San Luis Potosí
37.	Universidad Autónoma de Tamaulipas Sala de Autoacceso (SAC)	Ciudad. Victoria, Tamaulipas
38.	Universidad Autónoma de Tlaxcala Centro de Autoacceso	Tlaxcala, Tlaxcala
39.	Universidad Veracruzana Centro de Autoacceso	Coatzacoalcos, Veracruz

40.	Universidad Autónoma de Yucatán Centro de Autoacceso	Mérida, Yucatán
41.	Universidad Autónoma de Zacatecas Tecnocentro de Aprendizaje de Lenguas Extranjeras	Zacatecas, Zacatecas
42.	Instituto Politécnico Nacional Centro de Autoacceso (Idiomas)	México, D. F.
43.	Universidad Autónoma de Nuevo León Centro de Autoacceso	San Nicolás de los Garza, Nuevo León
44.	Universidad Autónoma de Nuevo León Centro de Auto-Aprendizaje de Idiomas	Monterrey, Nuevo León
45.	Universidad Autónoma de Hidalgo Sala de Autoacceso	Pachuca, Hidalgo.
46.	Universidad Autónoma de Hidalgo Centro de Autoacceso. Campus Tlahuelilpan	Tlahuelilpan, Hidalgo
47.	Universidad Autónoma de Hidalgo Centro de Autoacceso. Campus Actopan	Actopan, Hidalgo
48.	Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo Centro de Autoacceso de Idiomas	San Nicolás de Hidalgo, Michoacán
49.	Universidad Autónoma Metropolitana. Unidad Iztapalapa Centro de Estudios Autodirigidos (Lenguas)	México, D. F.
50.	Universidad de Sonora Centro de Autoacceso de Lenguas Extranjeras	Hermosillo, Sonora

Fuente: Elaborado con base a los registros de los CAA de la Mediateca del CELE – UNAM.

2.2 La Mediateca del CELE - UNAM

La Mediateca del CELE – UNAM es un Centro de Autoacceso a Lenguas, el cual ofrece inglés, francés, alemán, portugués, japonés, italiano y chino. Esta alternativa educativa abrió sus puertas a la comunidad universitaria de CU, en febrero de 1996, como resultado de un proyecto del Departamento de Lingüística Aplicada del CELE UNAM⁴⁸. En la figura 6 se puede apreciar la fachada externa de este centro.

Fig. 6. Fachada del acceso a la Mediateca del CELE - UNAM



Fuente: Archivo de imágenes de la Mediateca del CELE – UNAM.

La Mediateca del CELE - UNAM cuenta con un área de 180 metros cuadrados distribuidos en:

- El cubículo del coordinador académico.
- El módulo de referencia.
- El cubículo de asesoría.
- Un área de elaboración de materiales.
- Espacio de fotocopiado.
- Áreas de trabajo para los aprendientes (audio, video, cómputo y consulta).

⁴⁸ *Consultamediateca* Sitio de apoyo para usuarios de la mediateca del CELE – UNAM
<http://cad.cele.unam.mx/consultamediateca/index.jsp?page=media_conoc> (20 de enero de 2014)

La Mediateca da servicio al personal académico, estudiantes y personal administrativo del campus de Ciudad Universitaria, así como de la Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia (ENEO), Facultad de Artes y Diseño (FAD), la Escuela Nacional de Música (ENM) y el Centro Universitario de Estudios Cinematográficos (CUEC)⁴⁹.

Desde el origen de este centro a la fecha se ofrece una modalidad alternativa de aprendizaje de lenguas extranjeras bajo el enfoque de aprendizaje autodirigido y brinda un espacio conformado por una diversidad de recursos, tales como:

- Recursos pedagógicos (publicaciones periódicas de divulgación popular y científica, fichas de actividades, libros, etc.).
- Recursos tecnológicos (computadoras, televisiones y reproductores de DVD y CD).
- Recursos humanos (asesoría académica y técnica).

Con base en estos recursos cada aprendiente puede organizar su aprendizaje a su propio ritmo y de acuerdo a sus necesidades, objetivos y posibilidades personales.

Antes de continuar con el desarrollo de este tema y de los elementos que conforman este centro, será necesario conocer su identidad conceptual, la cual se describe a continuación⁵⁰:

Misión:

Ofrecer la modalidad de aprendizaje autodirigido de lenguas mediante la formación del aprendiente, la oferta de materiales y recursos de aprendizaje,

⁴⁹ CONTIJOCH Escontria María del Carmen. *El Aprendizaje Autodirigido en la UNAM, una experiencia con historia*. Pág. 37

⁵⁰ Página oficial del Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras (CELE), <<http://cele.unam.mx/index.php?categoria=6&contenido=3>> (15 de enero de 2014)

así como la asesoría académica, a fin de que el aprendiente desarrolle sus capacidades, habilidades y estrategias de aprendizaje autónomo.

Visión:

La mediateca del CELE es un centro de referencia en el campo del aprendizaje autodirigido de lenguas en la UNAM y en otras instituciones de educación superior del país.

En este lugar los estudiantes asisten de manera voluntaria, tienen la posibilidad de aprender una lengua a su propio ritmo. Para ello cuenta con una serie de servicios y un amplio acervo de recursos que le permitirán cumplir sus metas de aprendizaje de una lengua.

2.2.1 Servicios de la Mediateca del CELE – UNAM

El aprendizaje de una lengua se ha vuelto una pieza clave en la formación de los profesionales en la educación superior. La mediateca ofrece distintos servicios que desempeñan y fomentan el aprendizaje autodirigido a lenguas.

Los servicios que se ofrecen en la Mediateca son un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de aprendizaje de una lengua de los estudiantes.

Los servicios que ofrece la mediateca son:

Asesorías:

Son entrevistas en las que el asesor orienta al estudiante sobre la forma de aprender un idioma. En tales entrevistas se discuten aspectos relacionados con el proceso de aprendizaje (necesidades del estudiante, sus objetivos, sus motivaciones, entre otros aspectos).

El asesor fomenta la reflexión acerca de los estilos y estrategias de aprendizaje. Se encarga de ayudar al estudiante a diseñar y elaborar un plan

de trabajo, se le recomiendan formas de autoevaluación, materiales didácticos y otros recursos de este centro que le permitirán cumplir sus objetivos. En la figura número 7 se puede apreciar la imagen de la asesoría.

Fig. 7. Asesoría de inglés



Fuente: Archivo de imágenes de la Mediateca del CELE – UNAM.

Talleres de Aprender a Aprender:

Los talleres de Aprender a Aprender son actividades en las cuales se realizan ejercicios que ayudan a los estudiantes a reflexionar y adquirir conciencia sobre el proceso de aprendizaje de una lengua extranjera.

Los talleres de Aprender a Aprender que se imparten cada semestre son:

- ¿Qué creo, qué hago y qué necesito para aprender un idioma?
- ¿Cómo aprendo vocabulario?
- Aprende inglés jugando
- Hay 8 maneras de ser inteligente ¿las conoces?
- Aprender Kanji es divertido
- ¿Quieres entender lo que escuchas?
- ¿Eres un lector eficaz?
- Aprende un idioma con estilo

- Aprende comparando lenguas
- *TOEFL iBT*

Círculos de interés:

Actividad en la que los usuarios de la mediateca se ponen en contacto por cuenta propia con otros usuarios de la mediateca para practicar una lengua en particular. El proceso consiste en anotarse en una lista en la cual se incluyen datos como: nombre completo, teléfono o e-mail, nivel de dominio de la lengua, temas de interés, horarios disponibles y comentarios adicionales. Con base en esa información, el usuario puede contactarse con otro usuario para practicar y apoyarse en el idioma de su interés.

Círculos de conversación:

Los círculos son una actividad en la cual el asesor propone y modera un tema. Todos los usuarios puedan participar sin importar su nivel de dominio del idioma. En este ejercicio los usuarios ponen en práctica sus conocimientos de la lengua, corrigen su pronunciación y aprenden vocabulario. En la figura número 8 se puede apreciar la imagen de esta actividad.

Fig. 8. Círculo de conversación inglés



Fuente: Archivo de imágenes de la Mediateca del CELE – UNAM.

Chats con nativo hablantes:

Es una actividad recíproca de enseñanza-aprendizaje, consiste en que el nativo hablante te enseña su idioma (vocabulario, corrige pronunciación y escritura, entre otras cosas) y posteriormente los usuarios de la mediateca ayudan al nativo hablante con su aprendizaje del español. Este ejercicio se realiza mediante la herramienta tecnológica *Skype*. En la figura número 9 se puede observar esta actividad.

Fig. 9. Sesión de chat en inglés con nativo hablantes



Fuente: Archivo de imágenes de la Mediateca del CELE – UNAM.

2.2.2 Recursos de la Mediateca del CELE – UNAM

La mediateca cuenta con un amplio acervo de materiales didácticos. Estos recursos facilitan el proceso de aprendizaje de lenguas ya que son elementos auxiliares que estimulan la función de los sentidos para que los aprendientes accedan con mayor facilidad a la información y a la adquisición de habilidades y destrezas que les permitirán cumplir con sus objetivos de aprendizaje de idiomas.

Los materiales didácticos de la mediateca son seleccionados bajo un criterio de estricto control. Esto se debe a que a diferencia de los materiales en la

educación tradicional (en el contexto Aula-Profesor-Alumnos) los materiales de un CAA deben cumplir con ciertas características que permitan el aprendizaje en la modalidad de aprendizaje autodirigido (en el contexto CAA-Asesor-Aprendiente).

Dichos criterios de selección y catalogación contribuyen a que el acervo didáctico consolide y vincule los conocimientos previamente adquiridos con nuevos conocimientos, facilite el logro de los objetivos propuestos por el aprendiz, además de despertar y atraer su atención.

Los materiales didácticos de este CAA ofrecen al aprendiz la alternativa de apelar a los diversos estilos (visual, auditivo y kinésico) de aprendizaje, así como distintos tipos de estrategias con el objetivo de alcanzar su meta de aprendizaje de la lengua.

Con base en lo anterior a continuación se muestra la forma en que están clasificados los recursos didácticos al interior de la Mediateca del CELE – UNAM.

La mediateca cuenta con:

- Acervo bibliográfico
- Acervo de audio (en formato mp3) y video (en formato mp4) en CD y DVD.

La clasificación del acervo en general permite catalogar a los materiales de la manera siguiente:

Materiales Auténticos: Se refiere a los materiales que son del dominio público y que no fueron elaborados para el aprendizaje de lenguas.

Estos materiales están divididos de la siguiente forma:

<p style="text-align: center;">Videos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Noticias • Películas • Documentales • Programas de TV • Videos musicales 	<p style="text-align: center;">Audio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Canciones • Programas de radio • Entrevistas • Conferencias
<p style="text-align: center;">Publicaciones periódicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Periódicos • Revistas 	<p style="text-align: center;">Otros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Enciclopedias • Diccionarios • Tesoros

Materiales Elaborados: Son materiales hechos por el asesor y cuyo objetivo es cubrir las necesidades de los usuarios.

Estos materiales se clasifican de la siguiente forma:

<p style="text-align: center;">Fichas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aprender a Aprender • Trabajo 	<p style="text-align: center;">Catálogos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fichas descriptivas • Fichas de trabajo (actividades)
Rutas de aprendizaje	Ejercicios

Materiales Comerciales: Se trata de los materiales producidos por distintas editoriales, tales materiales son diseñados para el aprendizaje de lenguas.

Los materiales comerciales están catalogados de la siguiente forma:

Cursos generales:	Materiales multimedia:	Materiales de referencia:
<ul style="list-style-type: none"> • Cursos generales • Preparación de exámenes • Objetivos específicos • Vocabulario • Libros para desarrollar habilidades 	<ul style="list-style-type: none"> • Cursos de idiomas • Exámenes 	<ul style="list-style-type: none"> • Enciclopedias • Diccionarios • Tesoros

Materiales Adaptados: Se refiere a los materiales elaborados para el aprendizaje de lenguas y que además cuentan con modificaciones hechas por el asesor.

Los materiales adaptados se clasifican de la siguiente forma:

Materiales comerciales:	Materiales auténticos:
<ul style="list-style-type: none"> • Cursos generales • Material de referencia • Cursos para objetivos específicos • Cursos por habilidades o áreas 	<ul style="list-style-type: none"> • Videos • Publicaciones periódicas • Audio • Juegos

Es importante mencionar que independientemente de estos recursos la Mediateca del CELE – UNAM también cuenta con instrumentos tecnológicos que refuerzan el proceso de enseñanza - aprendizaje de una lengua.

En cuanto al aspecto de la enseñanza, la mediateca publica una revista electrónica enfocada al aprendizaje autodirigido: “*Leaa*” < <http://cad.cele.unam.mx/leaa/>>. Mientras tanto, los recursos enfocados a complementar el aprendizaje son: el software multimedia “*Tell Me More*” y el sitio web oficial de este centro “*Consúltamediateca*” < <http://cad.cele.unam.mx/consultamediateca/>>.

La revista electrónica de la Mediateca del CELE – UNAM lleva por nombre *Lenguas en Aprendizaje Autodirigido (Leaa)*. Se trata de una publicación cuatrimestral para asesores de centros de autoacceso de lenguas y otros académicos interesados en el aprendizaje autodirigido.⁵¹

En *Leaa* se publican diversos temas relacionados con aspectos que giran alrededor del enfoque de aprendizaje autodirigido, tales como: centros de autoacceso, creación, adaptación y selección de materiales didácticos y formación del aprendiente entre otros tópicos de interés.

Leaa también pretende construir un espacio de intercambio, actualización y desarrollo del aprendizaje autodirigido que sirva de apoyo que fomente la reflexión, el análisis y la investigación, además de promover la integración de una comunidad virtual de académicos relacionados esta modalidad del aprendizaje. En la figura número 10 se muestra el sitio de la revista.

Fig. 10. Portada de la revista electrónica.



Fuente: Sitio web oficial de la revista "Leaa" <<http://cad.cele.unam.mx/leaa/>>, 2014

En lo que respecta a las herramientas enfocadas al aprendizaje tenemos el software *Tell Me More*, un producto de la empresa *Auralog*. Se trata de un

⁵¹ *Consúltamediateca*, sitio de apoyo para usuarios de la mediateca del CELE – UNAM <<http://cad.cele.unam.mx/leaa/index.jsp?c=m&p=qns01>> (20 de enero de 2014).

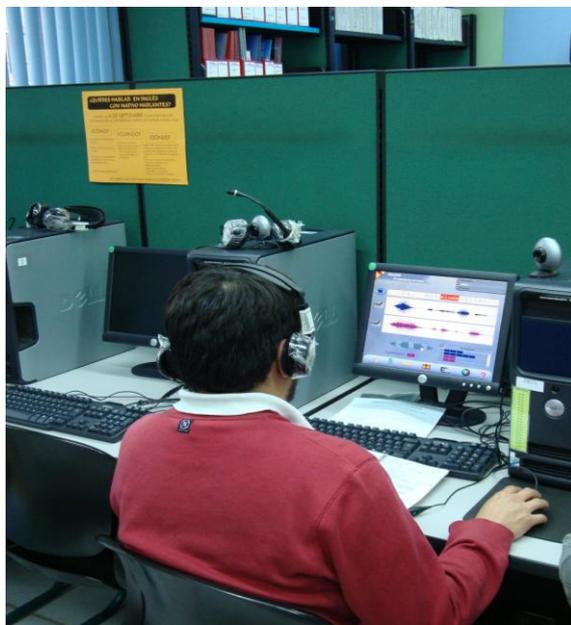
programa completo de aprendizaje de idiomas extranjeros, diseñado con estándares de calidad, flexibilidad e interactividad multimedia.

Cabe mencionar que esta herramienta multimedia cuenta con diferentes tipos de actividades gramaticales, léxicas y fonéticas entre otras. Esto contribuye a los aprendientes desarrollen competencias en las habilidades de la lengua (comprensión oral, comprensión de textos, expresión oral y producción escrita). Por lo tanto, este recurso puede ser considerado como un soporte didáctico tanto para el acompañamiento de una formación, como para el autoaprendizaje.⁵²

Tell Me More es un programa personalizado que brinda una experiencia tecnológica-pedagógica cuyo método flexible de aprendizaje de lenguas está basado en un enfoque comunicativo, lúdico e interactivo.

En la figura 11 se puede apreciar a un usuario de la mediateca utilizando el *Tell Me More*.

Fig. 11. Ejercicio de pronunciación



Fuente: Acervo de imágenes de la Mediateca del CELE - UNAM

⁵² Página oficial de la compañía *Tell Me More*, <<http://www.tellmemore.es/metodologia>> (7 de enero de 2014)

Otro recurso de la mediateca es un instrumento en línea, conocido con el nombre de *Consúltamediateca*, este sitio web sirve de apoyo para los usuarios de este centro.

Este espacio fue construido con la finalidad de extender la práctica y el conocimiento sobre los recursos de aprendizaje de la Mediateca del CELE.⁵³ En él se publican notas mensuales en inglés, alemán, francés, portugués, japonés, italiano y chino, dichas notas son elaboradas bajo criterios de aprendizaje que abarquen elementos culturales, ejercicios de preparación para exámenes y otras actividades que complementen el aprendizaje de las habilidades de la lengua (comprensión oral, comprensión de textos, expresión oral y producción escrita).

Consúltamediateca es un sitio en el cual los usuarios podrán encontrar consejos y recursos que permitan al estudiante Aprender a aprender. Es decir, en este sitio el aprendiente encontrará las herramientas necesarias para desarrollar competencias y dirigir su propio aprendizaje. Además le servirán de apoyo para descubrir y reflexionar sobre sus procesos de adquisición del conocimiento. En la figura 12 se presenta la imagen principal de este sitio.

Fig. 12. Página de inicio (*Home*) de *Consúltamediateca*



Fuente: Sitio oficial *Consúltamediateca* < <http://cad.cele.unam.mx/consultamediateca/> >

⁵³ *Consúltamediateca*, sitio de apoyo para usuarios de la mediateca del CELE – UNAM <<http://cad.cele.unam.mx/consultamediateca/index.jsp?page=elsitio>> (20 de enero de 2014).

Las TIC son un recurso indispensable en la educación ya que brindan tanto a docentes como alumnos las herramientas necesarias para cumplir distintos objetivos en el proceso de enseñanza aprendizaje.

El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la mediateca se ve reflejado en los instrumentos: *software Tell Me More*, la revista electrónica *Leaa* y el sitio *Consúltamediateca*. Sin embargo, es preciso adaptarse a las necesidades del entorno educativo, por tanto, la actualización, creación y desarrollo de aplicaciones y herramientas tecnológicas permitirán la optimización del aprendizaje autodirigido de lenguas.

Ante la necesidad de implementar nuevas herramientas de Internet en este CAA fue necesario revisar algunos estudios sobre los hábitos de los usuarios de Internet a nivel nacional, para ello, se utilizó el “7mo. Estudio sobre los hábitos de los Internautas en México” realizado por la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI). Cabe mencionar que dicha información está sustentada en datos estadísticos provenientes de fuentes como: el Consejo Nacional de Población (CONAPO), el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) y el departamento de investigación *online* de la empresa ELOGIA.

De acuerdo a dicha investigación del AMIPCI⁵⁴, se pudo observar que el rango de edad que comprende de los 18 a 24 años (período de edad de la mayoría de los estudiantes de nivel superior) es uno de los grupos que más utiliza la red, esto según sus estadísticas de Distribución de Usuarios por Internet.

Asimismo otros datos fuertes obtenidos de la investigación del AMIPCI fueron:

- El Distrito Federal es la entidad federativa con mayor penetración de Internet.

⁵⁴ AMIPCI, “7mo. Estudio sobre los hábitos de los Internautas en México”, 17 de mayo de 2011 <<http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=102&Type=1>>, (7 de junio de 2011)

- Los dispositivos más usados por los internautas mexicanos son las Computadoras Personales (PC por sus siglas en inglés), las Laptop y los dispositivos móviles.
- La mayor actividad del internauta mexicano durante la semana se lleva a cabo de lunes a viernes. Siendo el tiempo promedio de conexión de tres horas con 32 minutos.
- Dentro de las 10 actividades sociales promedio que se realizan en Internet, las cuatro principales son: enviar y recibir correos electrónicos; enviar y recibir mensajes instantáneos; ver y bajar fotos o videos y acceder a redes sociales.
- Las principales redes sociales en México son *Facebook*, *Youtube*, y *Twitter*, la consideración de estas redes como las más importantes se debe a estudios en los que se muestra su frecuencia de uso y el conocimiento que la sociedad mexicana tiene sobre su existencia.
- Seis de cada 10 mexicanos accede a alguna red social. Dentro de las principales actividades que realizan en éstas se encuentran: envío y recepción de mensajes privados; contactar gente y seguir marcas u organizaciones de interés para el usuario; entre otras.

Con base en el análisis y revisión del estudio del AMIPCI se puede determinar que en la actualidad una de las herramientas más utilizadas por los estudiantes de nivel superior son las redes sociales. Se trata de sitios en los cuales los usuarios pueden crear sus propias redes de contactos a partir de cosas en común o diferentes intereses.

Lo anterior nos muestra que la implementación de una red social puede generar beneficios no sólo en la difusión de los servicios de este centro sino también

como apoyo en la publicación de contenidos educativos. Por esta razón, se optó por la implementación de la red social *Facebook*.

La utilización de *Facebook* en un CAA a lenguas puede ser una acción no aprobada por algunas personas dedicadas al campo del aprendizaje autodirigido debido a que es una red social cuya función más conocida es el ocio y el entretenimiento.

A pesar de que las TIC también brindan redes sociales enfocadas a la educación (ejemplo: la red *Edmodo*) se debe destacar que la capacidad de penetración y la fácil utilización de *Facebook* son algunas ventajas de las ventajas en comparación con otros medios enfocados totalmente a la educación.

Cabe señalar que la Mediateca del CELE – UNAM ya cuenta con espacios virtuales (*Leaa* y *Consúltamediateca*) cuya imagen y uso es de un carácter formal, esto se debe a que sus contenidos son estrictamente académicos. El uso de la red social *Facebook* es informal, es decir, sus contenidos están relacionados con el entretenimiento.

Además, esta red le permite a las personas vincular todo en un mismo espacio, es decir, como usuarios de *Facebook* utilizan ese espacio para crear subredes de contactos basadas en familia, trabajo, música, deportes y escuelas, entre otras. Por lo tanto, la publicación de contenidos educativos, la creación de subredes y las actividades que se puedan realizar son elementos atractivos para los usuarios.

Tomando en cuenta estas variables podemos observar que *Facebook* es una red que ofrece fácil acceso a un mundo de información, el cual es presentado en distintos formatos, aunado a eso la rapidez y la instantaneidad también son factores determinantes en el impacto de esta herramienta entre los aprendientes, asesores y CAA.

Un punto importante para entender la efectividad de los procesos de aprendizaje del aprendiente, es saber que ésta no sólo depende de factores como: la aptitud, la motivación, la personalidad, la edad, la actitud frente al aprendizaje, etc.⁵⁵, sino también de la infraestructura académica, tecnológica y técnica que le ofrezca el centro de aprendizaje autodirigido, de tal manera que cumpla con su objetivo de aprendizaje. Es importante notar que las características cognitivas del aprendiente responden al ambiente de aprendizaje que lo rodea. De ahí la importancia de que su ambiente de aprendizaje deba ofrecerle herramientas atractivas y novedosas.

⁵⁵ CONTIJOCH, Carmen. *Relación entre estilos de aprendizaje, estrategias de aprendizaje y aprendizaje autodirigido* del vol. de la Colección de aprendizaje autodirigido. Pág. 21 y 22

Capítulo

3

**Propuesta de la red
social *Facebook*
para la Mediateca
del CELE-UNAM**

3.1 Antecedentes y funciones de la red social *Facebook*

La red social *Facebook* fue creada por un estudiante de la Universidad de *Harvard* llamado Mark Zuckerberg⁵⁶. El origen de este sitio web conocido en un principio como “*The Facebook*” fue brindar un servicio de ayuda a los estudiantes de esta universidad. Esta herramienta digital no sólo permitiría formar grupos (redes físicas y virtuales de estudiantes) que se conectaran entre sí, sino que también sería un medio para compartir información de interés sobre las actividades escolares (notas sobre los cursos, entrega de trabajos, resúmenes de libros, exámenes, organizar reuniones estudiantiles, entre otras). De esta forma se pretendía sustituir la elaboración de cadenas de correos electrónicos para compartir información.

El nombre de esta red se deriva de un tipo de publicaciones que las universidades norteamericanas distribuyen a los estudiantes al inicio de cada ciclo escolar. Estas publicaciones contienen un perfil con los nombres y las fotografías de los estudiantes y del personal académico de la universidad, todo esto para que se conozcan entre sí. Por lo tanto, la función original de *Facebook* consistió en ser una adaptación virtual de estas publicaciones, la cual sólo podía ser consultada a través de una conexión a Internet.

La herramienta web creada por Zuckerberg tuvo gran aceptación entre los estudiantes del campus. Por ende, en una primera etapa, el desarrollo de esta red fue tan rápido que en apenas 24 horas aproximadamente mil personas se sumaron al proyecto, un mes más tarde más de la mitad del alumnado de *Harvard* había creado un perfil.

Facebook fue creado originalmente para estudiantes de la Universidad de *Harvard*⁵⁷. Sin embargo, esta red permitió que los estudiantes de esta universidad agregaran a estudiantes de otras escuelas. De esta forma, en una segunda etapa el servicio pronto se extendió a reconocidas universidades de los Estados Unidos como *Stanford*, *Yale*, *MIT*, *Boston University*, entre otras.

⁵⁶ BUSTAMANTE Enrique, *Redes sociales y comunidades virtuales en Internet*, p. 50

⁵⁷ *Ibíd.*, p. 49

Posteriormente, en una etapa final, la red se extendió a otras universidades e instituciones educativas prestigiosas del extranjero y al público en general, convirtiéndose así en la red que conocemos hoy en día.

Con el paso del tiempo, en 2006 *Facebook* comenzó a adquirir un uso más social y menos escolar, perdiendo así la base estudiantil sobre la cual se había mantenido. Podemos observar que modificó algunas de sus funciones e incorporó redes con vínculos laborales, familiares, de amistad, etc. Las constantes modificaciones en su forma de operar se deben a que es una red que se adapta constantemente a los cambios vertiginosos de un entorno virtual-social. Esto es una característica importante debido a que en la actualidad estamos inmersos en una cultura digital.

Uno de los elementos importantes de la rápida expansión de esta red a nivel mundial no sólo fue su carácter innovador sino su adaptación a distintos entornos como: educativos, laborales, sociales y culturales entre otros. La característica más importante en la adaptación cultural comienza con las versiones en los idiomas más hablados alrededor del mundo. *Facebook* presentó sus servicios en español, alemán, chino, francés, portugués, ruso, japonés, etc. para poder impulsar su expansión hacia otros países.

Dentro de este proyecto de expansión, cabe señalar que esta red social ha sido traducida a 77 idiomas. Los cuales incluyen cuatro variantes del inglés (US, UK, Upside down, pirate) tres del chino, dos del eslovaco, dos del indonesio (Bahasa), dos del noruego, dos del francés, dos del portugués y dos del español. Lo que nos deja un total de 58. Sin embargo, tomando en cuenta el trabajo colaborativo que se efectúa en estas redes, seguramente este servicio continuará traducándose a otros idiomas o variantes de esos idiomas, todo esto con el fin de llegar a más gente alrededor del mundo.

Es importante mencionar que algunas de las claves para el éxito de *Facebook* se deben principalmente a: su uso en países donde el idioma oficial no es el inglés, la rapidez con que se lleva a cabo la traducción de los contenidos a distintos idiomas, la accesibilidad y su fácil operación (cualquier persona con

acceso a Internet, con una cuenta de correo electrónico y con conocimientos básicos sobre informática puede utilizar los servicios). Así como la posibilidad de que los usuarios puedan participar en una o más redes sociales, en relación con su situación académica, su lugar de trabajo o región geográfica⁵⁸.

Aunado a estas claves, podemos observar que esta red no sólo es creada por sus miembros, sino que también sus servicios operan en función de los mismos. Por lo tanto, podemos decir que se trata de una comunidad de comunidades, de un sitio de Internet que teje una amplia red de personas, instituciones, organizaciones sociales y escuelas, entre otras que quieren relacionarse. Ya que a través de *Facebook* se puede elegir estar en contacto con amigos, familiares, compañeros de escuela, compañeros del trabajo, empresas, personas famosas, gente de otros países, etc.

La fortaleza de Facebook radica en su red de usuarios basada en conexiones de gente real⁵⁹. Es una herramienta ideal, un canal de comunicación no sólo para distintas organizaciones, sino también para distintas empresas.

3.2 Aplicaciones y presentaciones de la red social *Facebook*

Para poder hablar a detalle de las aplicaciones de esta red social es necesario comenzar por el principio, es decir, la creación de un perfil. Para poder llevar a cabo este proceso es necesario ser mayor de 13 años y contar con una dirección de correo electrónico⁶⁰.

Una vez que el usuario crea un perfil en *Facebook* puede decidir de qué forma utilizar dicho perfil, es decir, el usuario puede usar solamente el perfil o alguna de las otras presentaciones como el grupo o la página.

⁵⁸ *Ídem.*

⁵⁹ RODRÍGUEZ Fernández Óscar *et. al.* *FACEBOOK Aplicaciones profesionales y de empresa*, p. 57

⁶⁰ CASTAÑEDA Linda, *Aprendizaje con redes sociales, tejidos educativos para los nuevos entornos*, p. 76

A continuación se describen las presentaciones para tener una mejor comprensión de lo anterior:

Perfil: Se refiere al espacio en donde se coloca la información personal, la cual nos servirá para darnos a conocer dentro de la red, asimismo el usuario utiliza el perfil para administrar sus actividades de acuerdo con sus intereses y preferencias.

Páginas: *Facebook* ofrece sus servicios por medio de un perfil de usuario. A través de dicho perfil se pueden crear páginas, mejor conocidas como “*Fan page*”. Las páginas de *Facebook* son creadas con fines específicos y a diferencia de los grupos no contienen foros, esto se debe a que éstas se utilizan para promocionar e impulsar el posicionamiento de una marca, una persona, un negocio o una institución.

Grupos: Es una aplicación que permite reunir personas con intereses en común. En los grupos se pueden añadir fotos, vídeos, mensajes, crear eventos, entre otros, asimismo se puede tener más control sobre la publicación de dichos contenidos.

La administración de *Facebook* sea como perfil, página, grupo o se realiza a través de aplicaciones (fotos, estadísticas, videos, enlaces, entre otras). Es preciso señalar que a través de *App Center*, *Facebook* nos permite observar la descripción con las características principales de cada aplicación para después añadirlas a nuestro perfil.

Cabe señalar que esta red social permite que los usuarios desarrollen y publiquen aplicaciones que sean de ayuda a otras personas. La función de las aplicaciones varía según los hábitos o actividades de los usuarios, por lo tanto podemos encontrar herramientas relacionadas con algún trabajo en específico, negocios, entretenimiento, educación, etc.

Con base en lo anterior podemos observar que la interacción que se da a través de Facebook es mediante el uso óptimo de sus funciones, servicios y aplicaciones. Los cuales se describen a continuación:

Muro: Espacio configurable que proporciona la cuenta de usuario de *Facebook* para publicar mensajes o contenidos en distintos formatos (texto, imagen, video, animaciones flash, etc.). Los contenidos son publicados a través de un cuadro de texto, en el cual además de publicar información nos da opciones como:

- Estado: Nos permite escribir acerca de la actividad que estamos haciendo, indicar el lugar dónde nos encontramos, publicar información a través de fotos, videos y *links* de nuestro interés.
- Privacidad: Podemos elegir quienes pueden ver el contenido que publicamos (Todos los usuarios de *Facebook*, sólo mis amigos, los amigos de mis amigos etc.).
- Ubicación: escribir o colocar un mapa del lugar donde nos encontramos en ese momento.

El muro es un sitio disponible para que el usuario y los contactos que forman parte de su red publiquen contenidos y tengan visibilidad de la información y actividades realizadas por nuestros amigos o por nosotros mismos.

Es importante mencionar que a partir del mes de noviembre de 2011 *Facebook* realizó algunas modificaciones en su presentación y la aplicación del Muro fue sustituida por la Biografía.

Biografía: Al igual que el muro, la biografía es un espacio configurable que se obtiene al crear una cuenta de usuario de *Facebook*. Sin embargo, el formato de este espacio está dotado de la herramienta *Timeline* (línea del tiempo), la cual nos permite tener acceso rápido y de forma cronológica a determinada información.

El objetivo de la biografía de *Facebook* es agilizar la visualización de otros usuarios o de nuestra red de contactos sobre nuestro perfil. Además, una de las mejoras incluidas en esta actualización es el poder contar con la fecha exacta de publicaciones, actualizaciones de estado, comentarios, etc., esta herramienta también nos brinda la posibilidad de localizar de inmediato las actividades antes mencionadas, esto sin importar el lapso en el que hayan sido publicadas.

La visualización de la biografía permite agregar una foto de portada adicional en la parte superior del perfil de la persona, es preciso mencionar que no se puede modificar la privacidad de la foto o imagen de portada, por lo tanto, ésta será visible para todos los usuarios de *Facebook* sin importar si son o no nuestros contactos. Además esta nueva visualización del perfil nos ayuda a publicar mensajes o contenidos en distintos formatos así como organizar y mantener en orden la información personal, las suscripciones y las demás funciones y aplicaciones de esta red social.

Fotos: Esta aplicación permite que el usuario publique y comparta fotografías e imágenes a las cuales se les pueden añadir descripciones o comentarios, asimismo se pueden etiquetar a otras personas. Tales imágenes pueden ser organizadas a través de álbumes para una mejor administración. Cabe mencionar que las fotografías y el resto de la información que se coloca en *Facebook* cuentan con la opción de configurar su visibilidad a otros usuarios de esta red social. El sitio se reserva el derecho de eliminar fotos inadecuadas⁶¹.

Etiquetas: Se trata de un tipo especial de enlace, el cual vincula a una persona, página de Internet o un lugar con algo que el usuario de esta red social haya publicado en su biografía. Las etiquetas pueden ser colocadas en todo lo que se comparta.

Amigos: Esta aplicación es una lista inteligente que nos permite registrar y gestionar nuestra lista de amigos (contactos), es decir, el usuario puede crear

⁶¹ BUSTAMANTE Enrique, *Redes sociales y comunidades virtuales en Internet*, p. 51

listas para diversificar a sus contactos (compañeros de trabajo, familia y amistades entre otros) esto permite filtrar los contenidos que publique el usuario de la red, de tal forma que él decide qué contenidos son visibles o no para los contactos de cada lista.

Es importante mencionar que esta lista cuenta con una herramienta de búsqueda y de sugerencia de amigos en la cual se pueden localizar contactos a través de su nombre de usuario o con su dirección de correo electrónico, una vez localizados los contactos se les envía una petición de amistad a fin de unirlos a nuestra red de contactos. Asimismo los usuarios de *Facebook* pueden aceptar o ignorar dichas peticiones.

Mensajes: Esta aplicación de *Facebook* nos permite enviar y recibir mensajes de manera privada entre uno o más contactos. En los mensajes también se pueden enviar contenidos en distintos formatos al igual que la publicación de contenidos en la biografía. Este tipo de mensajería tipo chat (mensajería instantánea) también nos ofrece el servicio de videollamadas.

Suscripciones: Servicio que permite a los usuarios de la red recibir noticias de otras personas, marcas, instituciones, etc. sin que ésta forme parte de su red de contactos.

Regalos (*gifts*): En su mayoría se caracterizan por ser pequeños íconos con un mensaje (postales electrónicas). Algunos regalos eran gratuitos y otros tenían un costo, estos últimos podían ser adquiridos a través de una tarjeta de crédito o con una cuenta *Paypal*. Es importante mencionar que esta función ya no existe desde que se implementó la nueva presentación (modalidad de biografía).

Eventos: Aplicación de *Facebook* que permite recibir invitaciones a eventos, así como organizar y gestionar los propios. La privacidad de los eventos creados es configurable, por lo que los podemos hacer totalmente públicos o seleccionar a las personas de nuestra red que queremos invitar.

Juegos: Aplicación enfocada en el entretenimiento. En su mayoría se trata de juegos de rol o pruebas de habilidades.

Me gusta (*like*): Se trata de un botón con un ícono en forma de una mano con el dedo pulgar hacia arriba. Este botón aparece en la parte inferior de las publicaciones propias o ajenas, su función se interpreta como una forma valorar o hacer un comentario positivo sobre los contenidos. Cuando se selecciona la opción de “me gusta” inmediatamente en ese mismo lugar aparece un texto que dice: “Ya no me gusta” Esta opción queda visible para que el usuario la utilice en caso de que el contenido ya no sea de su agrado.

Servicios de localización: Este servicio permite al usuario compartir su ubicación al visitar un lugar, realizar una actividad, publicar una actividad o cualquier otro contenido.

Preguntas: Esta aplicación permite a los usuarios de esta red conseguir información específica a través de preguntas, encuestas o recomendaciones entre otras maneras de obtener información.

3.3 Implementación de la red social *Facebook* para la Mediateca del CELE - UNAM

La Mediateca del CELE – UNAM es un centro que constantemente se adapta al entorno educativo para satisfacer distintas necesidades del proceso enseñanza aprendizaje de lenguas. Sin embargo, el hecho de adoptar algunas herramientas tecnológicas (software especializado en el aprendizaje de lenguas, sitio oficial de apoyo para usuarios de la mediateca, sesiones de chat, entre otras) nunca es suficiente, debido a que con los diversos cambios en la sociedad, las necesidades también se tienen que adaptar a esos cambios. La forma de comunicarnos no es la misma de hace algunos años, asimismo la forma de educar ha cambiado en algunos aspectos debido al avance tecnológico.

Para que una organización se mantenga en equilibrio con su entorno inmediato es preciso detectar a tiempo las necesidades, en el caso de este centro una de sus necesidades es la comunicación, principalmente para la difusión de sus servicios y para apoyar algunas actividades de la enseñanza de lenguas.

Al detectar esto, en mayo de 2011 se inició una investigación sobre las diferentes redes sociales, sus antecedentes, los tipos de redes existentes hasta el momento, sus funciones y otras características (parte de esa información se obtuvo de la revisión de estudios del AMIPCI). Posteriormente, para reforzar dicha investigación se elaboró una encuesta a los nuevos usuarios de la Mediateca durante los meses de mayo y junio de 2011. Todo esto con la finalidad de saber cual red social era la que convendría implementar debido a su utilidad. Para mayor información consultar el Anexo 1.

Se encontró que *Twitter* y *Facebook* eran las redes sociales más populares y las más utilizadas entre estudiantes y profesores. Sin embargo, *Facebook* no sólo es más visual sino que también a través de las aplicaciones se pueden publicar contenidos en distintos formatos.

Por lo tanto, la Coordinación de la Mediateca determinó que a partir del 20 julio se creara la página de *Facebook* (fan page) y así poder crear una identidad con los contenidos e información que se colocarían en este espacio (imagen de perfil, portada, fotografías, información general sobre la mediateca y sus servicios, etc.). Después, en agosto de 2011 se comenzó a utilizar la red social *Facebook* de forma oficial.

Las personas involucradas en este proyecto fueron la Coordinadora de la Mediateca, una asesora en lenguas, una persona con conocimientos de marketing, herramientas en Internet y manejo de redes sociales y el autor, con conocimientos de comunicación organizacional y medios de comunicación. Siendo este último el encargado de la implementación, seguimiento, actualización de contenidos y control de resultados.

Facebook es una herramienta que ofrece sus servicios a través de dos presentaciones (Perfil y *fan page*), Por lo tanto, antes de su implementación se estudiaron las ventajas y desventajas de estas dos modalidades. Una vez valoradas dichas características, se eligió trabajar con la *fan page*.

Antes de trabajar con la *fan page* se definieron los objetivos para su uso, los cuales fueron:

- Ser una herramienta de difusión para dar a conocer la mediateca entre la comunidad estudiantil universitaria. Asimismo atraer nuevos usuarios mediante la publicación de información relativa al aprendizaje de idiomas y los servicios de este centro.
- Ser un medio de apoyo para resolver las dudas de los usuarios de la mediateca y del público en general sobre las actividades y los servicios de la mediateca.
- Crear un vínculo de comunicación a distancia, entre los usuarios y la mediateca, para conocer su opinión sobre los servicios y sus intereses.
- Crear un vínculo con otros CAA a lenguas.

Una vez definidos los objetivos y analizadas las ventajas y desventajas se procedió a crear la *fan page*. Es importante mencionar que la modalidad de *fan page* es un servicio de *Facebook* que se debe crear mediante un perfil de la misma red social.

Por lo tanto, el primer plan de acción fue crear un perfil de *Facebook*, no sin antes determinar los usos y funciones de dicho perfil. Cabe señalar que en la investigación sobre los usos de las redes sociales en la educación se pudo observar un error muy frecuente por parte de las instituciones educativas al usar las dos presentaciones de *Facebook* (perfil y *fan page*).

Usar las dos modalidades al mismo tiempo y peor aún bajo el mismo nombre crea confusión entre los seguidores de las instituciones y el administrador de la red, ya que publicar contenidos y actividades simultáneamente puede hacer que el administrador de la red no le preste la debida atención a una de las dos presentaciones o que los seguidores se enfoquen más a las publicaciones de una modalidad que de la otra.

De acuerdo a lo anterior, se estableció que se crearía un perfil, el cual tendría un nombre diferente y sus aplicaciones serían limitadas es decir, no tiene lista de amigos, ni utiliza el chat y no publica contenidos, entre otras funciones. El objetivo principal del perfil sería crear la fan page, administrarla y además de ser el vínculo a través del cual se seguiría a otros CAA de lenguas y a otras páginas relacionadas con la enseñanza y aprendizaje de idiomas.

Otro de los beneficios de contar con un perfil “para administrar” (**véase figura 13**) y una *fan page* “para publicar y mantener contacto con los seguidores” (**véase figura 14 y 15**) es evitar que el personal académico a cargo de la gestión de la página, realice la publicación de contenidos a través de su cuenta personal. Todo esto con la finalidad de conservar la identidad virtual de la mediateca.

En la **figura 13** se muestran las características bajo las cuales se creó el perfil.

Las cuales son:

1. Nombre e imagen diferente.
2. Sin foto de portada.
3. En la sección de información se especifica que su labor es administrar la página (*Community Manager* en Mediateca CELE UNAM).
4. Los contactos sólo son CAA, profesores y páginas vinculados a la enseñanza de lenguas.

Fig.13. Perfil de la Mediateca del CELE - UNAM



Fuente: Facebook "Mediatec Cle"

En la **figura 14** podemos observar características diferentes a las del perfil, se trata de aplicaciones que nos permiten tener un mejor control sobre la información que se publica en la página, así como la respuesta de los seguidores. Algunas de las aplicaciones son:

1. **Notificaciones:** Esta herramienta nos permite estar al tanto de la actividad de los contenidos de la página.
2. **Mensajes:** Una de las formas de estar en contacto con los seguidores es a través de mensajes privados, de esta forma los usuarios piden información, aclaran sus dudas y comparten información de interés.
3. **Estadísticas:** Instrumento de medición cuantitativa que nos permite analizar la actividad general de la página, es decir, los contenidos más vistos, la gente que comenta sobre la mediateca y la cantidad de usuarios, entre otras.

relacionadas con servicios, actividades y eventos relacionados con el aprendizaje de lenguas.

3. Herramienta para publicar contenidos: Esta aplicación nos permite publicar contenidos en distintos formatos, texto, audio, imagen, video, entre otros.

Fig. 15. Fan page de la Mediateca del CELE – UNAM
(2do. Grupo de aplicaciones)



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

3.3.1 Publicación y tipología de contenidos del Facebook de la Mediateca del CELE- UNAM

Es importante mencionar que independientemente de la modalidad de *Facebook* con la que se desee trabajar, es necesario tener bien detallados los objetivos sobre la utilidad de la página con la finalidad de definir el formato y el tipo de contenidos a publicar.

Cuando se habla de publicar contenidos, lo primero en lo que centramos nuestra atención es en los formatos en los que se puede publicar (texto, audio, imagen, entre otros). Sin embargo, más allá de los formatos también es necesario determinar la tipología de los contenidos, ya que el tipo de contenido puede variar según sea el objetivo de la publicación.

Antes de desarrollar la tipología de los contenidos, es necesario mencionar un tipo de contenido dominante en las redes sociales, principalmente en la red social *Facebook*, nos referimos a las publicaciones conocidas como memes. Se define como meme a la unidad mínima de información cultural trasmisible de una mente a otra mediante replicación y transmisión⁶². En el caso de Internet esta unidad cultural se transmite entre perfiles, páginas, redes sociales y otras herramientas de la red.

El meme es un neologismo utilizado cada vez y con mayor frecuencia en el lenguaje y ámbito referidos al uso de Internet y sus herramientas (redes sociales, correos electrónicos, blogs, entre otros servicios). Los memes son representaciones de rasgos culturales que pueden expresar alegría, decepción, sarcasmo, exasperación, desagrado o simplemente pueden ser una reacción de algún evento que acontece en el mundo. Tales expresiones se muestran principalmente en forma humorística, a través de reflexiones, mensajes y pensamientos profundos.

⁶² Canal de Internet, Explainers.tv, explicamos todo <<http://www.explainers.tv/18memes.htm>> (9 de diciembre de 2013)

Las representaciones más utilizadas de los memes son a través de imágenes, videos, páginas web, frases o *hashtags* (también conocidas como etiquetas para marcar palabras clave o temas en la red social *Twitter*). Es importante mencionar que si este tipo de contenidos resulta de interés para los internautas puede extenderse rápidamente en la red o en la web. Esta transmisión de tipo viral permite que el meme evolucione (sea modificado creativamente) e incremente los niveles de popularidad de una organización, una persona o de una determinada situación.

A pesar de que la originalidad del meme lo posiciona como un contenido interesante, es preciso observar que su popularidad no se basa en su veracidad sino en por la velocidad con que se difunde.

Con base en lo anterior, a continuación se presenta la forma en que se dividieron los contenidos para su posterior publicación en la *fan page* de la Mediateca. Es importante señalar que el tener identificados los objetivos de la página, el conocer los formatos en que se puede publicar y el identificar los tipos de contenidos (memes) que abundan en la red, el tener conocimiento pleno de estas características nos permitirá utilizar la *fan page* de una manera más óptima, así como conseguir una participación fluida y eficaz por parte de las personas que sigan las actividades de Mediateca.

Es importante destacar que en el proceso de implementación de la *Fan page*, primero se realizaron algunas actividades con el perfil de la Mediateca. Es decir, mediante la herramienta de búsqueda se investigó y se siguió la actividad de otros CAA a lenguas en México, de páginas o instituciones dedicadas a la enseñanza de idiomas, además de páginas con información de interés cultural en varios idiomas. Asimismo, a través de *Facebook* se les invito a seguir las actividades de la Mediateca. Todo esto con la finalidad de conocer un poco más sobre los contenidos que publican y así poder definir una tipología de éstos.

A continuación se muestra una tipología de contenidos, la cual se elaboró con base en la revisión de contenidos de otras *Fan page* de escuelas y CAA de

lenguas extranjeras y junto con el apoyo y orientación de los asesores de la Mediateca del CELE - UNAM.

Tipología de contenidos:

1. **Contenidos Informativos:** Se refiere a la difusión de actividades, eventos y notas culturales.
2. **Contenidos Educativos:** Se trata de recursos imágenes, videos, textos y sitios de internet que sirven de apoyo para el aprendizaje de lenguas.
3. **Contenidos Humorísticos:** Este tipo de contenidos, en su mayoría se trata de *memes* en distintos idiomas, los cuales hacen divertido el aprendizaje a través de juegos lingüísticos, frases o reflexiones.

Con base en lo anterior se especificó la manera en que se publicarían los contenidos y en qué formatos se presentarían. Es importante destacar que a pesar de que los *memes* son considerados humorísticos o reflexivos también los hay educativos, ya que pueden ser imágenes con estructuras gramaticales que se replican de una página a otra.

De acuerdo con la tipología anterior, a continuación se presentan algunos contenidos publicados en la *fan page* de la Mediateca del CELE-UNAM. Los contenidos se presentarán en dos bloques, el primero estará compuesto por los contenidos elaborados por este centro, mientras que el segundo bloque estará compuesto por contenidos compartidos de otras páginas y perfiles.

Bloque 1

- a) **Contenidos informativos de eventos:** Estos contenidos se presentan en las **figuras 16 y 17**.

Figura 16: Se muestra la invitación a la apertura de las secciones de Italiano y Chino en la Mediateca del CELE – UNAM.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

Figura 17: Invitación al Torneo de Scrabble de la Mediateca. En la parte derecha se puede observar el interés de los seguidores y la respuesta por parte del personal que administra la *fan page*.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

- b) **Contenidos informativos de actividades y aprovechamiento de recursos.** Estos contenidos se presentan en las **figuras 18, 19, 20 y 21.**

Figura 18: Se muestra una invitación a las sesiones de chat con hablantes nativos en portugués.



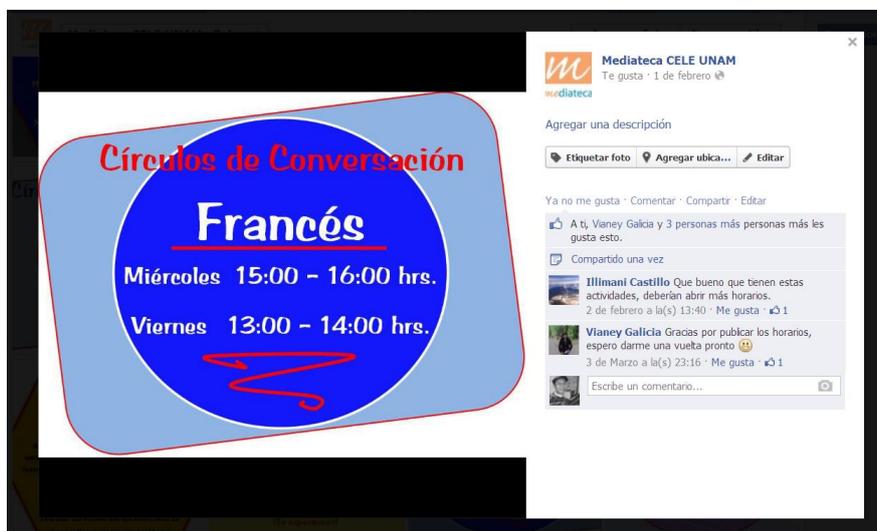
Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

Figura 19: Se presenta una invitación para el uso y aprovechamiento de uno de los recursos multimedia, el software *Tell Me More*.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

Figura 20: Se muestran los horarios de una de las actividades de aprendizaje de lenguas, los Círculos de Conversación. En esta publicación, se pueden observar del lado derecho algunos comentarios al respecto de dicha publicación.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

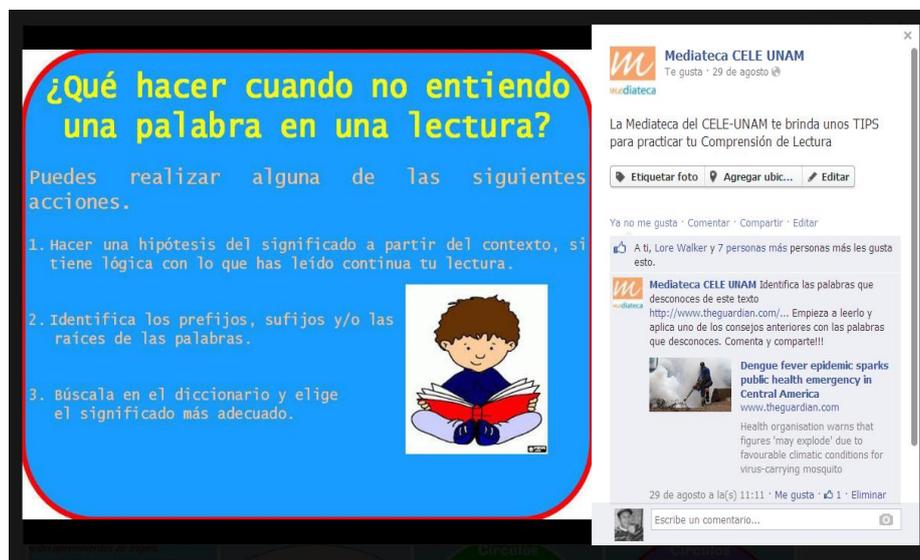
Figura 21: Se muestra la invitación a un taller de Aprender a Aprender. El objetivo de estos talleres es conocer estrategias y tácticas para el aprendizaje de idiomas.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

c) **Contenidos educativos:** Ejemplo de estos contenidos elaborados por el personal de la Mediateca se pueden apreciar en las **figuras 22 y 23.**

Figura 22: Contenido con sugerencias y un ejercicio (lado derecho de la imagen) para realizar una adecuada Comprensión de Lectura.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

Figura 23: Contenido con sugerencias y un ejercicio (lado derecho de la imagen) para practicar la Comprensión Auditiva.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

Bloque 2

- a) **Contenidos informativos de eventos y notas culturales:** estos contenidos se presentan en las **figuras 24, 25, 26 y 27.**

Figura 24: Aviso informativo con las recomendaciones sobre qué hacer en caso de sismo.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

Figura 25: Avisos sobre eventos culturales en el Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras. Maratón: Retrospectiva del *tour* de cine francés.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

Figura 26: Publicación de nota cultural sobre tradiciones chinas.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

Figura 27: Avisos sobre eventos culturales fuera del CELE de la UNAM.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

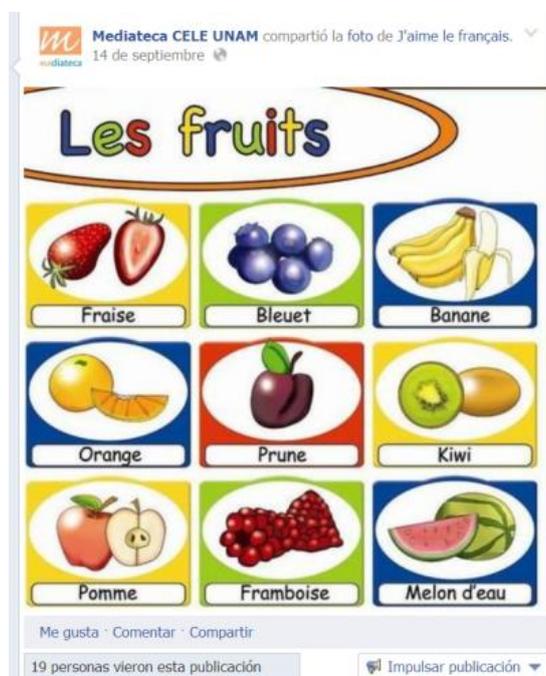
b) **Contenidos educativos:** De las **figuras 28** a la **31** se presentarán algunos contenidos educativos y sus características.

Figura 28: Liga para observar un video acerca de la introducción a la lengua y escritura japonesa.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

Figura 29: La presente imagen describe vocabulario en el idioma francés.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

Figura 30: Se muestra una tabla con algunas conjugaciones en el idioma francés.

Mediateca CELE UNAM compartió la foto de Sites pour apprendre le français. 14 de septiembre

Présent de l'indicatif

Quelques Conjugaisons (Some conjugations)

Se Brosser (brush)	Se Peigner (Comb)	Se Coiffer (Comb)
Je me brosse	Je me peigne	Je me coiffe
Tu te brosses	Tu te peignes	Tu te coiffes
Il/elle se brosse	Il/elle se peigne	Il/Elle se coiffe

Me gusta · Comentar · Compartir
27 personas vieron esta publicación

Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

Figura 31: Se muestra una tabla con caracteres del idioma chino.

Mediateca CELE UNAM compartió la foto de All about Chinese. Ayer

All about Chinese's 部首系列 Radical Series#3 门 Door

门 mén door All about Chinese's Chinese Radical Series #3	问 shuān bolt	闪 shǎn flash	问 wèn ask
闯 chuǎng rush	闭 bì close	闷 mèn depressed	间 jiān room
闲 xián idle	闹 nào noisy	闻 wén smell	阂 hé obstruct
阅 yuè read	阐 chǎn explain	阑 lán late	汉

allaboutchinese.tumblr.com

Me gusta · Comentar · Compartir
A 2 personas les gusta esto.
Escribe un comentario...

Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

c) **Contenidos humorísticos:** Se trata de *memes*, frases sarcásticas e irónicas en distintos idiomas y se muestran en el siguiente conjunto de imágenes.



Fuente: Facebook Mediateca del CELE - UNAM

Definir objetivos de la *fan page* de la Mediateca y conocer los tipos y formatos de contenidos que existen, son los primeros pasos para poder obtener información importante sobre la interacción de esta página con sus seguidores.

A través de la aplicación de estadísticas (herramienta exclusiva de la *fan page*) se puede medir la actividad e interacción que los seguidores han tenido con la página y sus contenidos. Por consiguiente, desde su implementación se ha medido no sólo la actividad sino también el aumento de los usuarios.

La Coordinación de la Mediateca determinó que para poder tener un mejor control sobre el aumento de la población en la página sería necesario medir dicho incremento cada semestre.

Para mayor información acerca de los resultados se pueden consultar las graficas en el Anexo N° 2.

3.3.2 Recomendaciones sobre la gestión de la *fan page*

De acuerdo a lo anterior a continuación se presentan algunas recomendaciones y sugerencias para la gestión adecuada de *fan page* cuya actividad principal se enfoque en la enseñanza y aprendizaje autónomo de lenguas. Tales indicaciones se elaboraron con base en la investigación previa a la implementación, los resultados obtenidos y a la experiencia adquirida desde la puesta en marcha de este proyecto.

Revisión de la *fan page*: La revisión de la página estará condicionada por el horario de servicio del CAA de lenguas, o la interacción de la página con sus usuarios. Dependiendo de estas variables las revisiones pueden aumentar o disminuir.

Si la actividad es moderada se sugiere revisar la página de dos a tres veces al día.

Responder a los comentarios: La *fan page* es un instrumento que permite tener interacción con los usuarios y recibir sus comentarios, quejas o sugerencias mediante publicaciones directas en el muro de la página, mensajes privados o a través de la publicación de contenidos. Sea cual sea el caso en el que los seguidores comenten se tienen que tomar en cuenta las siguientes indicaciones:

- a) Responder siempre todos los comentarios. Siempre se deben responder todos los comentarios, ignorarlos puede ser negativo y perjudicial para la página y para la imagen de la institución, ya que otros pueden leer los mensajes sin responder e imaginar que no se toman en cuenta las opiniones de los usuarios.
- b) Responder a la brevedad posible. No se debe postergar la respuesta a los comentarios de los usuarios, esto con la finalidad de que éstos perciban que se está al pendiente de sus sugerencias o aportaciones.
- c) Se debe utilizar un lenguaje apropiado. Se recomienda el uso de un lenguaje agradable, dinámico y propio que no haga sentir incomodo al usuario y que al mismo tiempo demuestre que la institución valora sus comentarios.

Publicación de contenidos: La aplicación de *Facebook* para publicar contenidos es muy versátil ya que nos permite publicar en distintos formatos como textos, videos, enlaces a otros sitios web e imágenes, entre otros.

En la publicación de contenidos se debe tener cuidado en la relación de éstos con los servicios de la institución, ya que publicar otro tipo de contenidos fuera de contexto ocasionaría que la comunicación se desvíe hacia temas inapropiados que no concuerden con el objetivo principal.

Cabe señalar que la cantidad de contenidos a publicar estará condicionada por la interacción de la *fan page* con los usuarios. Sin embargo, es importante mencionar que si hay demasiada interacción, se deberán moderar la cantidad

de publicaciones a lo largo del día, ya que el exceso de contenidos pueden ser considerados como mensajes basura (también conocidos como *spam*).

Coherencia de la información: En la *fan page* se describen a través de textos, imágenes, contenidos y fotografías, los servicios que se ofrecen, las actividades y los recursos con los que se cuenta para el aprendizaje de lenguas. Por lo tanto, se recomienda que la información que se muestre coincida con lo que realmente se ofrece, ya que de no ser así, los usuarios podrían sentirse engañados y se generaría una imagen negativa de la institución al no existir coherencia alguna entre el espacio físico y la imagen virtual que se presenta.

Fomentar la participación: Normalmente los contenidos tienen dos finalidades, la primera es ser consultados, la segunda es fomentar la participación entre los fans de la página. Para conseguir este último objetivo será necesario publicar preguntas, frases o contenidos polémicos, un ejemplo de este tipo de contenidos en la Mediateca es a través de tips de Comprensión de Lectura o Comprensión Auditiva, se hacen recomendaciones acompañadas de un ejercicio.

El hecho de publicar contenidos que fomenten la participación conlleva la responsabilidad de moderar las respuestas de los usuarios, ya que algunas veces se pueden generar incidentes o malentendidos.

Reconocimiento: Es normal que algunos contenidos en particular generen interés o que fomenten la participación de los fans. Por lo tanto, corresponde a los administradores de la *fan page* dar el crédito correspondiente a las personas y a sus aportaciones, ya que al sentirse valorados y reconocidos se les motiva a seguir participando.

Honestidad: La administración de la *fan page* (publicar contenidos, actualizar información, monitorear estadísticas, etc.) es una tarea que requiere de tiempo y cuidado. Sin embargo, al realizar dicha labor se suelen cometer errores, por lo que será necesario rectificar lo más pronto posible y disculparse.

Con base en la experiencia y en los resultados obtenidos hasta el momento, se puede afirmar que para que un proyecto de redes sociales en un CAA a lenguas funcione de manera adecuada será necesario que las personas involucradas le dediquen tiempo y esfuerzo a labores de investigación, planeación, mantenimientos y monitoreo de actividades.

Conclusión

La tecnología se ha vuelto un elemento indispensable en distintos sectores de la sociedad. Muestra de ello es la aparición de múltiples herramientas electrónicas, algunas de ellas conocidas como aplicaciones e-. En el caso de la educación la mayoría de estas herramientas tecnológicas se presenta bajo el rubro del *e-learning*.

El *e-learning* abarca la creación, diseño, desarrollo y actualización de instrumentos que se caracterizan por su riguroso perfil educativo y por su metodología pedagógica.

El apoyo del *e-learning* en la educación es un elemento que constantemente amplía sus fronteras, es decir, en sus inicios estos instrumentos sólo eran un complemento de la educación tradicional (aula - profesor) después se utilizaron para formación y educación a distancia. Otra de sus aplicaciones se centra en la enseñanza de lenguas y en el aprendizaje autodirigido de las mismas.

Los Centros de Autoacceso a Lenguas (CAA) utilizan diversas herramientas tecnológicas que se adecuan al proceso de aprendizaje autodirigido de lenguas y a las necesidades del aprendiente.

En el caso de la Mediateca del CELE – UNAM ya se utilizan algunos elementos propios de las TIC en la educación. Se trata de instrumentos útiles que refuerzan el aprendizaje autodirigido de lenguas y que en segundo plano como actividad secundaria también difunden los servicios de este centro.

Es preciso mencionar que a pesar de contar con el apoyo de herramientas formales (de uso exclusivo en el ámbito educativo), también es necesario utilizar herramientas informales (no tienen un uso exclusivo) ya que éstas pueden utilizarse en cualquier sector o rubro de la sociedad. Por ende, el uso de las redes sociales como herramienta de difusión y apoyo educativo.

La implementación de la red social *Facebook* ha dado buenos resultados principalmente en el aspecto de la difusión del centro, sus servicios y sus actividades. Incluso ha mejorado la comunicación con los usuarios debido a que constantemente piden informes sobre las actividades o aclaran sus dudas sobre cuestiones en específico. Sin embargo, la función de ser un apoyo educativo es una fase que todavía se encuentra en desarrollo, ya que para ser altamente efectiva se necesita trabajar en conjunto con el personal académico.

El uso de *Facebook* como un elemento de apoyo para la Mediateca del CELE – UNAM no sólo es un proyecto para satisfacer necesidades específicas de difusión y aprendizaje. También es una invitación para analizar, evaluar y experimentar el uso de la amplia diversidad de instrumentos que nos brinda Internet, ya sea en el ámbito de lo formal o lo informal.

Por último, es necesario estar conscientes de que muchas de las herramientas de la red tienen un ciclo de vida. En dicho ciclo algunas herramientas se actualizan otras simplemente desaparecen ya que se vuelven obsoletas e inservibles, esto abre camino a nuevos diseños y creaciones de aplicaciones que satisfagan las necesidades presentes.

Por lo tanto, es deber de la persona a cargo de la gestión de los instrumentos tecnológicos el mantenerse actualizado de los avances y beneficios de los nuevos instrumentos, ya que sólo así se podrá tomar la decisión adecuada sobre renovar y utilizar los mismos elementos o implementar las nuevas herramientas.

Anexos

Anexo 1

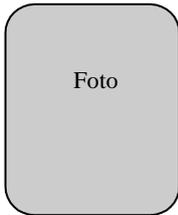
Se determinó preguntar a los nuevos usuarios de la Mediateca del CELE – UNAM a través de cuál de las redes sociales más conocidas en México preferían recibir información acerca de este centro.

Es preciso señalar que al iniciar el proceso de inscripción, el alumno debe contestar una solicitud de ingreso a la Mediateca. Por lo tanto, en esta solicitud se decidió agregar una pregunta que permitiera saber la información necesaria para la implementación de una red social este CAA.

Con base en los resultados obtenidos se reafirmaron no sólo los resultados del estudio del AMIPCI sino también la preferencia de los estudiantes por la red social *Facebook*.

A continuación se muestra un ejemplo de la solicitud de ingreso a la Mediateca que se utilizó sólo en el período de implementación de *Facebook* a este centro. Posteriormente se muestran las gráficas con los resultados obtenidos.

**CENTRO DE ENSEÑANZA DE LENGUAS EXTRANJERAS
MEDIATECA
SOLICITUD DE INGRESO**



Escribe tus datos y marca con una **x** la información correcta

Nombre: _____
Apellido Paterno Apellido Materno Nombre(s)

Número de cuenta: _____

Fecha de Nacimiento: _____ Sexo: ____M ____F
Día Mes Año

Dirección: _____
Calle Número

Colonia Delegación C. P.

Teléfono: _____ Correo electrónico: _____

Facultad: _____ Carrera: _____

Idioma que deseas aprender:

___ Alemán ___ Chino ___ Francés ___ Inglés ___ Italiano ___ Japonés ___ Portugués

¿A través de cuál red social preferirías recibir información acerca de los servicios y actividades de la Mediateca?

___ Facebook ___ Twitter ___ Google + ___ Otra ¿Menciona cuál? _____

Fecha de trámite: _____ de _____ del 2011

Nº de Folio _____

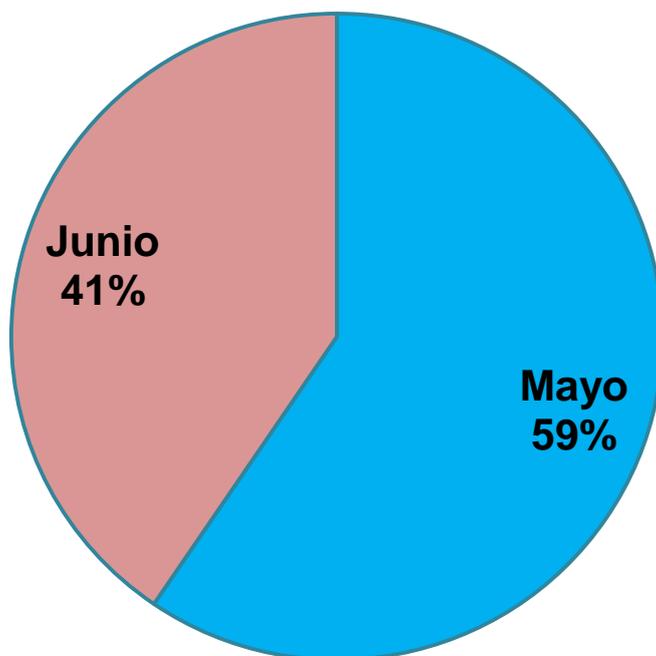
PARA USO DE LA MEDIATECA
Nº de comprobante:
Cantidad:
Fecha:

Anexo 1

Gráfica sobre el cuestionario de inscripción modificado de la Mediateca CELE - UNAM de mayo a junio de 2011.

Gráfica 1

Porcentaje de usuarios Mayo - Junio 2011



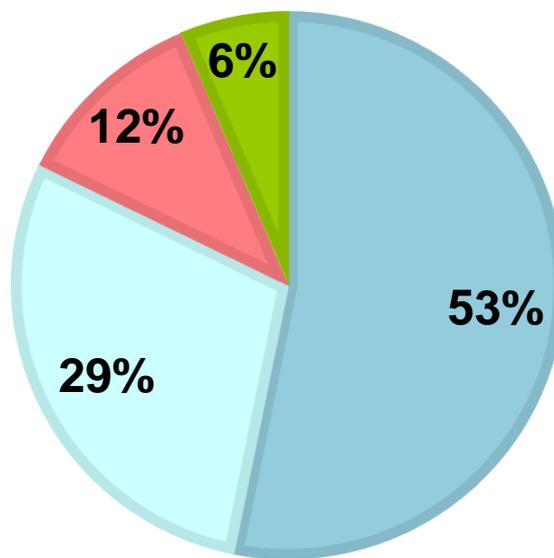
Mes	Número de usuarios
Mayo	47
Junio	32

TOTAL	79
--------------	-----------

Gráfica sobre la preferencia de uso de las redes sociales por los usuarios de la Mediateca CELE - UNAM de mayo a junio de 2011.

Gráfica 2

Preferencia de redes sociales de los usuarios de la Mediateca del CELE - UNAM



■ Facebook ■ Twitter ■ Google+ ■ Otros

Redes sociales	Número de usuarios
Facebook	42
Twitter	23
Google+	9
Otros	5

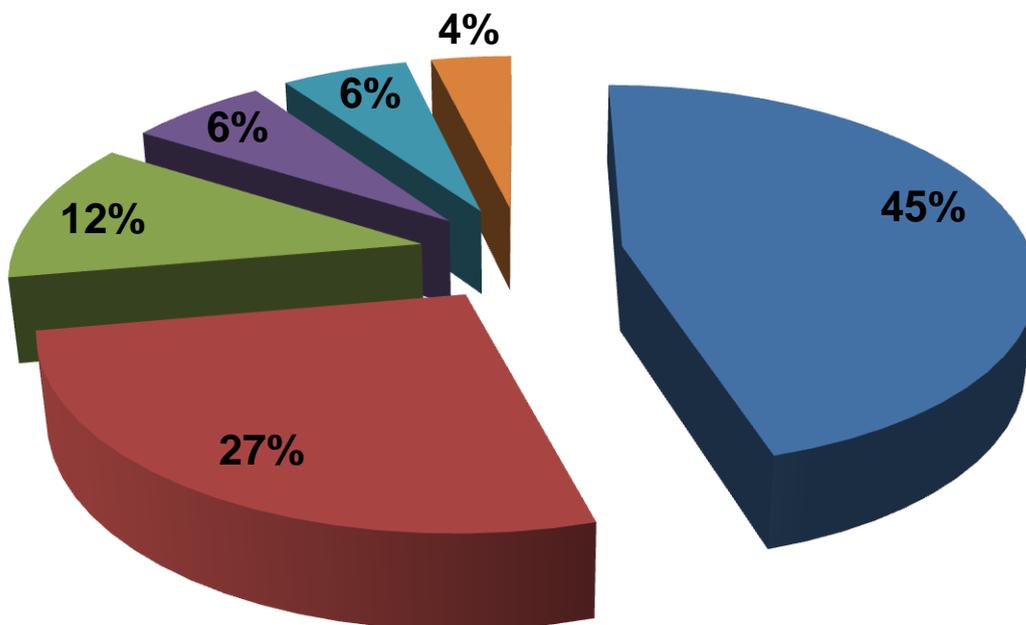
TOTAL	79
--------------	-----------

Anexo 2

Gráficas sobre el incremento de los seguidores de la página *Facebook* Mediateca CELE - UNAM de julio 2011 a junio de 2013.

Gráfica 1

Porcentaje de usuarios Julio - Diciembre 2011



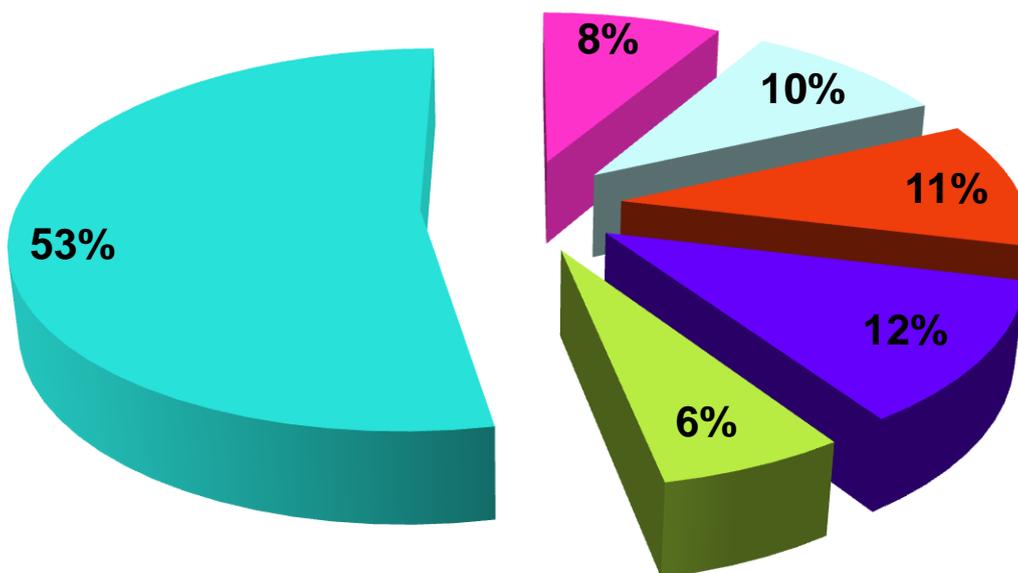
■ Julio ■ Agosto ■ Septiembre ■ Octubre ■ Noviembre ■ Diciembre

Mes	Número de usuarios	Mes	Número de usuarios	Mes	Número de usuarios
Julio	85	Agosto	50	Septiembre	22
Octubre	12	Noviembre	11	Diciembre	7

TOTAL	187
--------------	------------

Gráfica 2

Porcentaje de usuarios Enero - Junio 2012



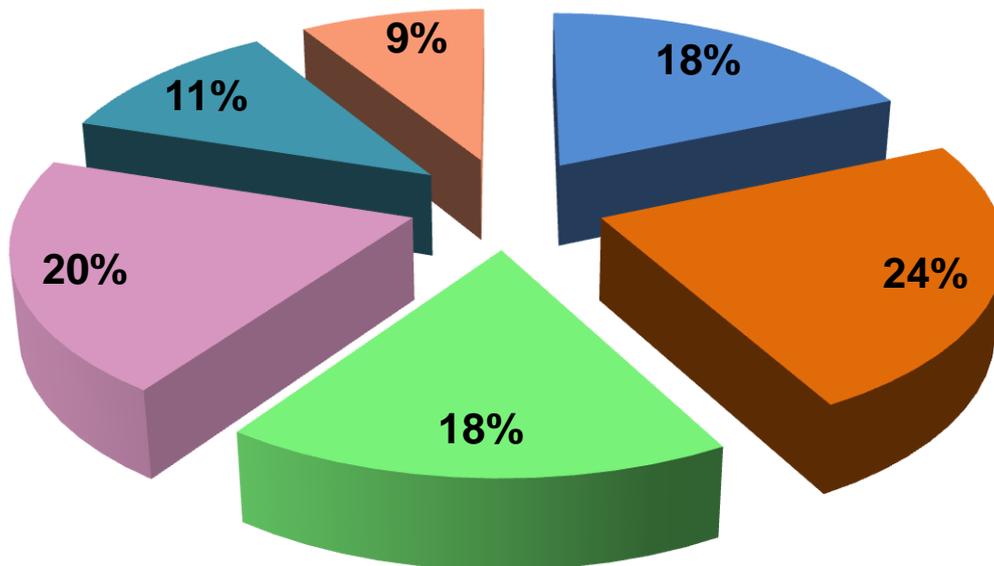
■ Enero ■ Febrero ■ Marzo ■ Abril ■ Mayo ■ Junio

Mes	Número de usuarios	Mes	Número de usuarios	Mes	Número de usuarios
Enero	15	Febrero	17	Marzo	19
Abril	21	Mayo	11	Junio	94

TOTAL	177
--------------	------------

Gráfica 3

Porcentaje de usuarios Julio - Diciembre 2012



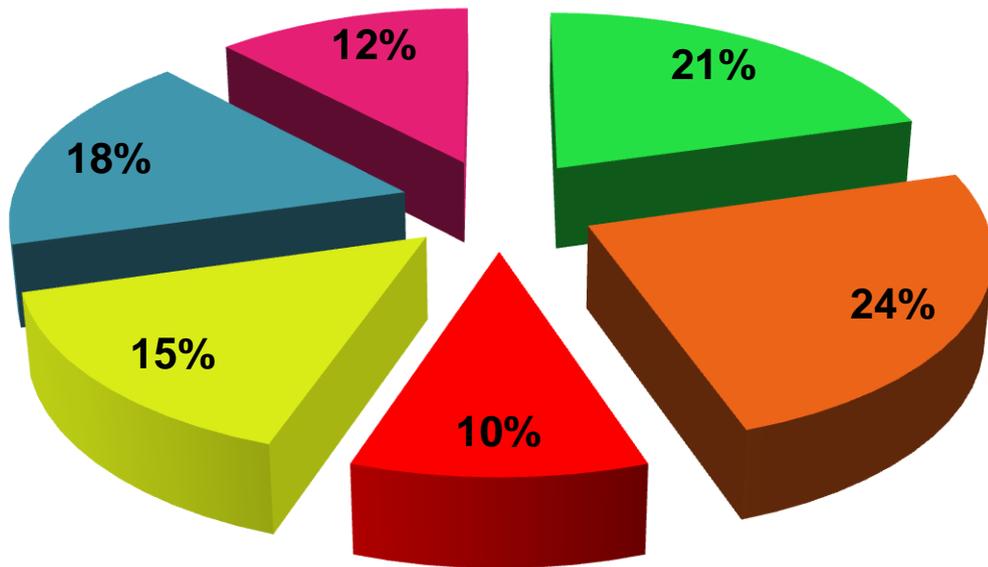
■ Julio ■ Agosto ■ Septiembre ■ Octubre ■ Noviembre ■ Diciembre

Mes	Número de usuarios	Mes	Número de usuarios	Mes	Número de usuarios
Julio	63	Agosto	80	Septiembre	60
Octubre	69	Noviembre	38	Diciembre	30

TOTAL	340
--------------	------------

Gráfica 4

Porcentaje de usuarios Enero - Junio 2013



■ Enero ■ Febrero ■ Marzo ■ Abril ■ Mayo ■ Junio

Mes	Número de usuarios	Mes	Número de usuarios	Mes	Número de usuarios
Enero	75	Febrero	89	Marzo	38
Abril	56	Mayo	64	Junio	44

TOTAL	366
--------------	------------

Nota: Es importante mencionar que al inicio de cada semestre el incremento de seguidores será mayor a diferencia de los próximos meses. Asimismo al final de cada semestre y en periodos vacacionales el número de usuarios que siguen las actividades de la página disminuirá considerablemente.

Los resultados obtenidos a través de estas gráficas nos permiten observar que desde la implementación de la *fan page* se ha tenido una aceptación positiva por parte de los seguidores. Esta afirmación se sustenta no solamente en el incremento de los usuarios sino también en la interacción de éstos con los servicios, actividades y contenidos que se difunden en la página.

Es preciso indicar que el monitoreo de las actividades y el análisis de la interacción nos muestran que los objetivos para los cuales se creó la página se cumplen poco a poco. En la actualidad más personas saben qué es la Mediateca, los servicios que ofrece y algunas personas se ven beneficiadas con los contenidos que se publican. Incluso en algunos casos los usuarios han expresado su agradecimiento al recibir respuesta a sus dudas, al conocer determinados servicios o simplemente al aprender algo nuevo por un contenido educativo.

Cabe señalar que en el último conteo realizado se registraron 1204 seguidores, dicho conteo corresponde a la segunda semana del mes de septiembre de 2013.

FUENTES

Bibliográficas

BADIA Antoni *et. al.* *Escuela y cultura digital. Internet como recurso*, Ed. Laboratorio Educativo, España, 121 pp.

BUSTAMANTE Enrique, *Redes sociales y comunidades virtuales en Internet*, Ed. Alfaomega, México, 2008, 136 pp.

CARRERA Felipe, *Redes sociales y networking. Guía de supervivencia profesional para mejorar la comunicación y las redes de contactos con la web 2.0*, Ed. PROFIT, España, 2011, 191 pp.

CASTAÑEDA Quintero Linda, *Aprendizaje con redes sociales. Tejidos educativos para los nuevos entornos*, Ediciones de la U, Bogotá, 2010, 172 pp.

CHÁVEZ Sánchez Marina, *Colección aprendizaje autodirigido*, Ed. CELE, UNAM, México, 1998, 95 pp.

CHRISTAKIS Nicholas A. *et. al.*, *Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan*, Ed. Taurus, México, 2010, 354 pp.

CONTIJOCH Escontria María del Carmen. *El Aprendizaje Autodirigido en la UNAM, una experiencia con historia*. CELE, UNAM, México, 2006, 209 pp.

CONTIJOCH Escontria María del Carmen, *Relación entre estilos de aprendizaje, estrategias de aprendizaje y aprendizaje autodirigido*, Vol. 2 de la Colección de aprendizaje autodirigido. CELE, UNAM, México, 198 pp.

CROVI Druetta Delia, *Educación en la era de las redes. Una mirada desde la comunicación*, Ed. Universidad Nacional Autónoma de México, México, 2006, 195 pp.

DOMINICK Joseph R., *La Dinámica de la Comunicación Masiva*, 6ª ed., Ed. Mc Graw Hill, México, 2001, 579 pp.

FERNÁNDEZ Collado Carlos, *La comunicación en las organizaciones*, Ed. Trillas, México, 2002, 273 pp.

FERNÁNDEZ Collado Carlos, *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*, Ed. Mc Graw Hill, 2ª ed. México, 2003, 411 pp.

GUERRA Marcela Susana, *La Tecnología y la educación personalizada. Teoría y práctica*, Ed. Alfaomega, Buenos Aires, 2013, 156 pp.

HERNÁNDEZ Ortega José *et. al. Experiencias educativas en las aulas del siglo XXI*, Ed. Ariel Fundación Telefónica, España, 2011, 431 pp.

LÓPEZ Escudero Bertha, *Centros de Autoaprendizaje, una opción atractiva e innovadora para acercarnos a los idiomas*, Tesis licenciatura, UNAM, México 2003, 170 pp.

LÓPEZ Yáñez Alicia del Carmen, *El centro de Aprendizaje Autodirigido como una opción para el desarrollo de las capacidades de la persona adulta en la adquisición de una segunda lengua*, Tesis licenciatura, Universidad Panamericana, México 2002, 94 pp.

MARIANO Chóliz Clara Marco, *Adicción a Internet y redes sociales*, Ed. Alianza Editorial, España, 2012, 221 pp

PÉREZ Jorge *et. al. El debate sobre la privacidad y seguridad en la red: Regulación y mercados*, Ed. Ariel, Fundación Telefónica, España, 2011, 431 pp.

PISCITELLI Alejandro *et, al. El proyecto Facebook y la posuniversidad, sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*, Ed. Ariel, Fundación Telefónica, España, 2010, 236 pp.

QUINTAR Aída *et, al. Los usos de las TICs. una mirada multidimensional*, Ed. Prometeo libros, Buenos Aires, 2007, 175 pp.

QUIRÓS Romero Cipriano, *Lengua y Tecnología de la Información y las Comunicaciones*, Ed. Ariel, España, 2010, 136 pp.

RODRÍGUEZ Fernández Óscar *et,al. FACEBOOK. Aplicaciones profesionales y de empresa*, Ed. ANAYA Multimedia, España, 2010, 414 pp.

SILVA Salinas Sonia, *Usos educativos de Internet. La red como soporte didáctico*, Ed. Ideas propias, España, 2006, 120 pp.

Digitales

AIBAR Eduard, “*Las culturas de Internet: la configuración sociotécnica de la red de redes*”, publicado en diciembre de 2008, Revista Iberoamericana de ciencia, tecnología y sociedad, v.4, n.11, versión *On-line* ISSN 1850-0013 <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1850-00132008000200002> (8 de enero de 2014).

Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI), “*7mo. Estudio sobre los hábitos de los Internautas en México*”, publicado en de mayo de 2011 en el sitio oficial del AMIPCI, <<http://www.amipci.org.mx/?P=editomultimediafile&Multimedia=102&Type=1>> (7 de junio de 2011)

Canal de Internet Explainers.tv, explicamos todo <<http://www.explainers.tv/18memes.htm>> (9 de diciembre de 2013).

CARABANTES Alarcón David et, al. *“La innovación a través de entornos virtuales de enseñanza y aprendizaje”*, publicado en 2005, Revista Iberoamericana de Educación a Distancia RIED, Volumen 8, Números 1 y 2, ISSN: 1138 – 2783, <<http://ried.utpl.edu.ec/?q=es/node/249>>, (29 de enero de 2014).

CASTELLS Manuel, *“INTERNET Y LA SOCIEDAD”*, publicado en Octubre de 2000, Lección inaugural del programa de doctorado sobre la sociedad de la información y el conocimiento. Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Barcelona, España, <<http://www.uoc.edu/web/cat/articulos/castells/castellsmain2.html>> (13 de febrero de 2014).

Consúltamediateca, sitio de apoyo para usuarios de la mediateca del CELE – UNAM, <<http://cad.cele.unam.mx/consultamediateca/>> (20 de enero de 2014).

DE LA CUADRA Elena, *“Internet: Conceptos Básicos”* publicado en 1996, Cuaderno de Documentos Multimedia C. D. M., Vol. 5, ISSN: 1575 - 9733 <http://multidoc.ucm.es/CDM/Documentos%20compartidos/36_CDM_Vol_5.pdf> (28 de enero de 2014).

GARCÍA Aretio Lorenzo, *“¿Web 2.0 vs Web 1.0?”*, publicado en octubre de 2007, Editorial del Boletín Electrónico de Noticias de Educación a Distancia (BENED), <http://multidoc.ucm.es/CDM/Documentos%20compartidos/36_CDM_Vol_5.pdf>, (30 de enero de 2014).

HERNANDEZ Pedro, *“Tendencias de Web 2.0 aplicadas a la educación en línea”*, publicado el 13 de febrero de 2007, No Sólo Usabilidad: revista sobre personas, diseño y tecnología (ISSN 1886-8592), <<http://www.nosolousabilidad.com/articulos/web20.htm>> (7 de febrero de 2014).

MARCUS Alejandro et, al, *“Una visión de los nuevos retos que enfrentan las plataformas de Educación Digital en el siglo XXI”*, publicado en octubre de 2004, este trabajo forma parte de los proyectos presentados en el VII Congreso Iberoamericano de Informática Educativa llevado a cabo en Monterrey, México, <<http://www.ufrgs.br/niee/eventos/RIBIE/2004/comunicacao/com1031-040.pdf>>, (3 de febrero de 2014).

Página oficial del Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras (CELE), <<http://www.cele.unam.mx/>> (15 de enero de 2014).

Página oficial de la compañía Tell Me More, <<http://www.tellmemore.es/metodologia>> (7 de enero de 2014).

O'REILLY Tim, *“Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software”*, publicado el 23 de febrero de 2006, Artículos de la Sociedad de la Información, Fundación Telefónica, <http://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/SHI/seccion=1188&idioma=es_ES&id=2009100116300061&activo=4.do?elem=2146> (17 de febrero de 2014).

SÁNCHEZ Rodríguez José, *“Plataformas de enseñanza virtual para entornos educativos”*, publicado en enero de 2009, Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, N° 34, < <http://www.sav.us.es/pixelbit/pixelbit/articulos/n34/15.pdf> > (20 de enero de 2014).

WERNER Rammert, *“LA TECNOLOGÍA: SUS FORMAS Y LAS DIFERENCIAS DE LOS MEDIOS. Hacia una teoría social pragmática de la tecnificación”*, publicado el 15 de enero de 2001, Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, N° 80, Universidad de Barcelona [ISSN 1138-9788] <<http://www.ub.edu/geocrit/sn-80.htm>> (13 de febrero de 2014).