

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

ESCUELA DE POSGRADO



Utilizando el *Facebook* para desarrollar capacidades comunicacionales gráficas en alumnos de tercer año de la carrera de publicidad de una universidad privada de Lima

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAGÍSTER EN
INTEGRACIÓN E INNOVACIÓN EDUCATIVA DE LAS TECNOLOGÍAS
DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN**

AUTOR:

Carlos Eduardo Tang Tong

ASESORA:

María del Pilar Cecilia García Torres

Julio, 2020

RESUMEN

El presente documento consiste en una propuesta de innovación educativa donde se identifica como problema principal el limitado desarrollo de capacidades en comunicación gráfica de los estudiantes del curso de Diseño Publicitario de una universidad privada. Esto puede perjudicar su futuro profesional.

Frente a ello se propone como objetivo principal mejorar el desarrollo de las capacidades comunicacionales gráficas de estos estudiantes. Adicionalmente, se consideran tres objetivos específicos: la implementación de estrategias para el desarrollo de capacidades comunicacionales en investigación visual y creación de imágenes gráficas, el uso de *Facebook* y otros recursos tecnológicos para la retroalimentación oportuna y el seguimiento del proceso de aprendizaje y por último la generación de un portafolio de trabajos para la inserción en el mundo laboral.

El proceso metodológico consta de cinco fases: Planificación, capacitación, implementación, ejecución y evaluación. La primera consiste en la planificación del curso incorporando *Facebook*, la segunda consisten en la capacitación del docente sobre el uso pedagógico de *Facebook* y estrategias para el trabajo colaborativo, la tercera etapa es la implementación del curso con la elaboración de los recursos y materiales a utilizar. La cuarta etapa es la ejecución de los tres momentos de la propuesta: En clase, fuera del salón de clases y en *Facebook*. Finalmente la fase evaluativa donde se registra la información de resultados. Para ello se diseñó y ejecutó una experiencia piloto de cuatro sesiones donde participaron docente, jefe de práctica y estudiantes.

Como resultado se obtiene que incorporando *Facebook*, se mejoran las capacidades en comunicación gráfica, interacción y diálogo entre docente y alumno, entre los mismos alumnos, y con ello, además de la satisfacción de los estudiantes, el desempeño resulta muy positivo.

Dedicatoria

A mi padre y maestro, Carlos Víctor Tang Roque, quien me enseña con su ejemplo: el amor al trabajo, la cultura del ahorro, a honrar la palabra y el respeto a los mayores.

Agradecimientos

Al Padre Eterno, maestro que me bendice y guía siempre.

A la Mg. María del Pilar García Torres por su paciencia y valiosa orientación en todo el proceso de realización de esta tesis.

A los compañeros docentes y docentes de la maestría por compartir sus conocimientos y experiencias que me inspiran y comprometen a ser un buen docente.

A Carmen, Gonza y Rafa por su cariño y apoyo incondicional.

ÍNDICE

Introducción	1
--------------	---

CAPÍTULO I: DISEÑO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN EDUCATIVA

1.1	Información general de la propuesta	4
	1.1.1 De la institución responsable	
	1.1.2 De la intervención	
1.2	Justificación y antecedentes de la propuesta	4
1.3	Fundamentación teórica	9
	1.3.1. Modalidad de aprendizaje " <i>Blended</i> "	10
	1.3.2. Usos y posibilidades de <i>Facebook</i>	12
	1.3.3. Capacidades comunicacionales gráficas	20
1.4	Caracterización del contexto	22
1.5	Objetivos y metas	23
1.6	Estrategias y actividades a realizar	24
1.7	Recursos humanos	29
1.8	Monitoreo y evaluación del proceso	30
1.9	Viabilidad: Sustentabilidad y sostenibilidad	32
1.10	Presupuesto	33
1.11	Cronograma	34

CAPÍTULO II: INFORME DE LA EJECUCIÓN DE LA EXPERIENCIA PILOTO

2.1	Proceso de planificación de la experiencia piloto	37
2.2	Ejecución de la experiencia piloto	40
	2.2.1 Instrumentos que se utilizaron	41
	2.2.2 Actividades realizadas	42
2.3	Desarrollo de la experiencia piloto	47
	2.3.1 Sesión 1	47
	2.3.2 Sesión 2	49
	2.3.3 Sesión 3	51
	2.3.4 Sesión 4	53
2.4	Monitoreo y evaluación	55
	2.4.1. Evaluación inicial	57

2.4.2.	Segunda evaluación	58
2.4.3.	Encuesta anónima	58
2.4.4.	Entrevista dirigida	59
2.5	Resultados obtenidos	59
2.5.1.	Resultados académicos	60
2.5.2.	Resultados uso del recurso tecnológico	64
2.5.3.	Resultados de la encuesta anónima sobre el uso de <i>Facebook</i> en el curso de Diseño Publicitario	66
2.5.3.1.	Tema de interés	66
2.5.3.2.	Metodología <i>Blended</i>	66
2.5.3.3.	Proceso metodológico	67
2.5.3.4.	<i>Facebook</i> como recurso educativo	68
2.5.3.5.	<i>Facebook</i> como herramienta de aprendizaje visual	69
2.5.3.6.	<i>Facebook</i> como espacio de diálogo	70
2.5.3.7.	Opiniones y sugerencias	70
2.5.3.8.	Evaluación del aprendizaje y expectativas del curso	71
2.5.4.	Resultados de las entrevistas sobre el uso de <i>Facebook</i> en el curso de Diseño Publicitario	72
2.5.4.1.	Opinión sobre la metodología <i>Blended</i>	72
2.5.4.2.	Opinión sobre el proceso metodológico	74
2.5.4.3.	Opinión sobre <i>Facebook</i> como recurso educativo	74
2.5.4.4.	Opinión sobre <i>Facebook</i> como herramienta de aprendizaje visual	75
2.5.4.5.	Opinión sobre <i>Facebook</i> como espacio de diálogo	75
2.5.4.6.	Opiniones y sugerencias	76
	Conclusiones	78
	Recomendaciones	79
	Referencias bibliográficas	82
	Anexos	86

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Fases de la propuesta de innovación educativa	24
Tabla 2: Sesiones en las que se desarrollará la propuesta de innovación	26
Tabla 3: Presupuesto de la propuesta de innovación educativa	34
Tabla 4: Cronograma de la propuesta de innovación educativa	35
Tabla 5: Fases del piloto	39
Tabla 6: Recopilación de información	41
Tabla 7: Actividades de monitoreo y evaluación	56
Tabla 8: Resultados pruebas de evaluación teórica	61



LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Plantilla de trabajo "Tarea 1" realizado por alumno A	62
Figura 2: Plantilla de trabajo "Tarea 2" realizado por alumno B con insumos de "Tarea 1" realizado por alumno A	62
Figura 3: Plantilla de trabajo "Tarea 3" realizado por alumno C con insumos de "Tarea 2" realizado por alumno B	63
Figura 4: Participación de los estudiantes en los comentarios de las publicaciones	63
Figura 5: Participación de los estudiantes en el <i>Facebook</i> .	64
Figura 6: Participación de los estudiantes en las publicaciones	65
Figura 7: Participación de los estudiantes en las publicaciones	65
Figura 8: Árbol de problemas	86
Figura 9: Captura de pantalla correo 01	97
Figura 10: Plantilla de trabajo "Tarea 1" realizado por alumno E	97
Figura 11: Foto de trabajo colaborativo en clase	98
Figura 12: Plantilla de trabajo "Tarea 2" realizado por alumno F	98
Figura 13: Captura de pantalla correo 03	99
Figura 14: Plantilla de trabajo "Tarea 3" realizado por alumno I	99
Figura 15: Captura de pantalla correo 04	100
Figura 16: Captura de trabajo Monitoreo 01	100

Introducción

"Utilizar" es un verbo transitivo que tiene dos significados según el diccionario de la Real Lengua Española (RAE): "Hacer que algo sirva para un fin" y también "Aprovecharse de algo o de alguien". Los sitios de redes sociales (*SNS - Social Networking Sites*) como la aplicación *Facebook*, se conciben a menudo como espacios puramente sociales y no como espacios académicos. Por sus características como medio de comunicación e intercambio de información ha demostrado ser atractiva para los estudiantes de la escuela secundaria, colegios y universidades. Muchos docentes, conscientes de estas ventajas, están empezando a "aprovechar" la popularidad de estos sitios y "haciendo que sirvan" con fines educativos para desarrollar competencias, convirtiéndola en una importante herramienta pedagógica.

La propuesta se enmarca dentro de la línea Aprendizaje potenciado o mejorado por la tecnología y la sub línea propuesta es el uso e impacto de recursos tecnológicos en el desarrollo de capacidades curriculares.

Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) se están constituyendo como una herramienta que permite a los docentes optimizar el uso del tiempo dedicado a la enseñanza tanto en espacios presenciales como virtuales y por ello se está a la búsqueda del *software* más adecuado a los requerimientos específicos del curso dictado o también se hace necesario adaptarse a lo existente, ya que la elaboración "a medida" de un *software* resulta muy costoso en tiempo y recursos. Sin embargo, *Facebook* nos presenta una combinación de elementos como: blog de diálogo, repositorio de archivos e imágenes, formación de grupos y carpetas para incorporar evidencias que pueden ser útiles para el proceso de enseñanza-aprendizaje. La programación y el seguimiento del curso a través de *Facebook* lleva a los estudiantes a tener un rol más activo en su proceso de aprendizaje significativo no solo a nivel individual sino también fomentando el aprendizaje colaborativo y el desarrollo de habilidades para el trabajo en equipo

La principal motivación para realizar esta propuesta fue mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos del curso de Diseño Publicitario quienes llegan con muchas expectativas al único curso de diseño y comunicación gráfica en toda su carrera universitaria, y también alinear el curso al perfil del comunicador.

El perfil del alumno de publicidad debe tener facilidad para formalizar y expresar ideas, habilidad para el aprovechamiento de tecnología disponible para el proceso de creación de mensajes, habilidad para adaptarse a ambientes y situaciones cambiantes y de alta presión laboral. Debe también tener preferencia por actividades que impliquen relación con personas diversas, interés por trabajos en los que ponga a prueba su ingenio, así como su capacidad de interpretación y análisis, interés por actividades en las que se ponga a prueba su capacidad persuasiva, afinidad por el trabajo con materiales de diseño y la tecnología para desarrollarlos (FCAC, 2019).

La implementación de esta propuesta de innovación educativa en el curso de Diseño Publicitario está hecha en cinco fases: En la fase de planificación se programa una reunión del coordinador de la especialidad, docente y jefes de práctica para presentar el proyecto, se analizan resultados de los últimos semestres y la programación del curso. En la fase de capacitación se promueve un taller de sensibilización con los jefes de práctica para reconocer la importancia de los cambios en la metodología del curso y se capacita al docente innovador y jefes de práctica en talleres sobre uso pedagógico de *Facebook*, estrategias para el trabajo colaborativo y desarrollo curricular con TIC. También se busca capacitaciones sobre lo que significa ser un *community manager* y generador de diálogos y contenidos. En la fase de implementación se comunica a los estudiantes sobre la metodología que se empleará, las plantillas gráficas a utilizar, el uso de la red social de *Facebook* y la programación del curso. En la fase de ejecución se crea un espacio en *Facebook* y los estudiantes realizan sus trabajos o actividades utilizando plantillas gráficas que se repartirán o se colocarán en la plataforma para descargar. Se implementa el aprendizaje colaborativo, el *feedback* de trabajos y la asesoría personal. La última fase

corresponde a la evaluación, los estudiantes presentan un informe y anotan sus logros y dificultades. El profesor registra la información.

La propuesta de innovación educativa está organizada en dos capítulos. En el primer capítulo del diseño de la propuesta de innovación educativa encontramos la información general de la propuesta de innovación educativa, la justificación y antecedentes de la propuesta de innovación educativa, la fundamentación teórica de la propuesta, la caracterización del contexto, objetivo y metas, estrategias y actividades a realizar, recursos humanos, monitoreo y evaluación, sostenibilidad, presupuesto y cronograma de la propuesta de innovación educativa. En el segundo capítulo tenemos el informe de la ejecución de la experiencia piloto donde se presentan el proceso de planificación de la experiencia piloto, las fases y etapas del piloto, las unidades responsables del monitoreo y de la evaluación del piloto, los instrumentos que se usaron para recoger información y las actividades realizadas del plan piloto. Finalmente se presentan los resultados y las conclusiones obtenidas de la propuesta de innovación educativa.

Las sugerencias se centran en mejorar el proceso de enseñanza-aprendizaje con apoyo de las redes sociales, especialmente *Facebook*, y su potencial para desarrollar capacidades comunicacionales gráficas en los estudiantes.

CAPÍTULO I:

DISEÑO DE LA PROPUESTA DE INNOVACIÓN EDUCATIVA

1.1 Información general de la propuesta de innovación educativa

1.1.1. De la institución responsable de la ejecución de la propuesta:

Nombre: Universidad privada de Lima.

Ubicación: Distrito de San Miguel.

Público que atiende: Estudiantes universitarios de pregrado y postgrado.

Tipo de gestión: Privada.

1.1.2. De la intervención

Ámbito de la intervención: Curso Diseño Publicitario.

Duración de la propuesta académica: un semestre académico.

Población objetivo directa: 25 alumnos de tercer año de la carrera de publicidad de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación (FCAC) de la institución educativa.

1.2. Justificación y antecedentes de la propuesta de innovación educativa

La propuesta se plantea debido a la principal demanda de la población objetivo de desarrollar capacidades y competencias comunicacionales gráficas en el campo del diseño y la comunicación visual en el único curso de diseño gráfico que llevan los alumnos dentro del plan de estudios de la especialidad de Publicidad. Debe indicarse que un profesional de publicidad requiere ciertamente de ciertos conocimientos y capacidades de comunicación gráfica. Esto lo refiere el informe de la Facultad (2019) al referirse que la tecnología y la aceleración de cambios está influyendo en la formación de comunicadores como los de comunicación gráfica publicitaria, cuyos ejes varían hacia la estrategia y las comunicaciones integradas de marketing.

En el curso de Diseño gráfico publicitario, se observa que no se llegan a desarrollar cabalmente las capacidades comunicacionales gráficas en las dieciséis sesiones presenciales de clase ya que cada habilidad a desarrollar requiere de un proceso previo de investigación visual y del acompañamiento tutorial a los proyectos personales de cada alumno además del cumplimiento del gran volumen de trabajos teóricos y prácticos que muchas veces impide a los alumnos profundizar el contenido teórico del curso y/o lograr también, el dominio práctico de los programas de *software*. La demanda profesional no solo exige el desarrollo de capacidades comunicacionales gráficas para la investigación visual y creación de imágenes sino también el dominio práctico de los programas de *software* para la comunicación gráfica explica Frascara (2000). Adicionalmente, se ha observado que estos trabajos de baja calidad no pueden ser incluidos dentro de un portafolio de proyectos realizados en la universidad para la búsqueda de futuras oportunidades laborales.

El problema que se desea solucionar con esta propuesta de innovación educativa es el limitado desarrollo de capacidades en comunicación gráfica de los estudiantes del curso de Diseño Publicitario tanto en investigación visual y en la creación de imágenes gráficas. Una de las causas de esta situación problemática, es el tiempo limitado que se tiene en la clase presencial para hacer una exhaustiva retroalimentación a cada secuencia de trabajo presentado. Otra de las causas es que no es posible un acompañamiento o seguimiento oportuno y consistente a los procesos de aprendizaje. Adicionalmente, el deficiente desarrollo de actividades de carácter cooperativo y la poca interacción de los alumnos se suman a la problemática descrita.

Área (2018) sostiene que los estudiantes *Millennials* son ya la primera generación nacida en el contexto de la sociedad de la información y/o digital y su contexto cultural, tecnológico, expectativas e intereses se ha transformado radicalmente. Son estudiantes que demandan más tiempo de dedicación y elaboración de trabajos prácticos. Según la encuesta aplicada al inicio del curso

2019-2 (Anexo 5), los alumnos del curso de Diseño Publicitario tienen interés no solo en el manejo de programas operativos sino también en el estudio y diseño de la identidad corporativa, que se define según Costa (2014) como el conjunto coordinado de signos visuales: logotipo, símbolo y paleta cromática por medio de las cuales la opinión pública los reconoce inmediatamente y memoriza como una marca. Sin embargo, las expectativas de inicio del curso no llegan a ser cubiertas a lo largo del semestre académico.

Por el lado de los docentes, nuestra tarea como formadores no puede dar la espalda a estos cambios tecnológicos ni a las exigencias de los alumnos y del mercado laboral. Es por ello que urge una actualización del curso que se ofrece a los estudiantes que apuestan por estudiar la carrera de Publicidad en la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación (FCAC).

Existe una serie de investigaciones y experiencias en universidades extranjeras sobre el uso de la red social *Facebook* como una metodología activa donde el estudiante tenga un rol activo en su proceso de aprendizaje a través de un entorno colaborativo de aprendizaje.

Entre las investigaciones revisadas de implementación de *Facebook* en la docencia universitaria, podemos mencionar la investigación realizada por De la Madrid, Guerrero, Monteros y Morales (2017) donde identificaron las posibilidades de *Facebook* en el ámbito de la docencia a través de una encuesta aplicada a una muestra de 142 docentes mexicanos del nivel superior. Entre los hallazgos más significativos encontraron el uso frecuente de *Facebook* (diariamente) y el dominio que tiene la mayoría de los docentes (90.92%) en el uso de esta red social. También encontraron una amplia variedad de usos de *Facebook*, tanto en el proceso de enseñanza como en las demás actividades de los docentes. Identificaron algunos factores negativos como la falta de estructuración y el exceso de ruido visual. Concluyeron que, con una dirección y un diseño adecuado, *Facebook* puede propiciar ambientes de aprendizaje dinámicos y atractivos para los estudiantes de

educación superior.

Abúndez, Fernández, de la Hoz y Álamo (2015), realizaron su investigación con cuatro casos de profesores (1 en Colombia y 3 en México) que utilizaron en sus respectivos contextos al *Facebook* como herramienta educativa en el proceso de enseñanza-aprendizaje en el nivel medio superior y concluyeron que a los estudiantes les parece interesante realizar actividades académicas en *Facebook* para dinamizar las prácticas tradicionales impartidas en el proceso de enseñanza y aprendizaje y que además, los docentes complementen las actividades académicas realizadas en clase utilizando esta red social como punto de interacción y de retroalimentación.

Gómez-Hurtado, García y Delgado-García (2018) de la Universidad de Huelva, España, hicieron un estudio integrado sobre percepciones del uso de la red social *Facebook* como herramienta de aprendizaje en el contexto universitario de estudiantes y docentes españoles poniendo en debate si el *Facebook* es utilizado como herramienta pedagógica o como soporte tecnológico de conexión del alumnado. El estudio concluyó que para el uso de esta herramienta es necesario elaborar una planificación docente que enmarque los contenidos del curso de manera clara y precisa para obtener buenos resultados. Remarcó que el docente debe ser crítico y analítico en el manejo de esta herramienta, preguntándose si está atendiendo a la diversidad del alumnado y si se está enfocando en los objetivos didácticos.

Así también, Cerdá y Planas (2011) investigaron sobre las posibilidades de la utilización de *Facebook* para el aprendizaje colaborativo en línea y analizaron si un grupo de trabajo creado en *Facebook* puede incorporar los recursos de aprendizaje necesarios para llevar a cabo actividades de colaboración en un ambiente seguro y funcional que es fácil de administrar y configurar. La evaluación se dividió en aspectos tecnológicos considerando las capacidades nativas y expansivas de la plataforma y los aspectos educativos como el desarrollo de métodos de

comunicación e interacción adaptados a los objetivos de aprendizaje.

Otra de las experiencias revisadas en la implementación de la red social *Facebook* como recurso didáctico en el aprendizaje colaborativo de estudiantes universitarios, podemos mencionar el trabajo de Olivares (2015) dirigida a 63 estudiantes de la Universidad Nacional Experimental Politécnica de la Fuerza, Carrera de Ingeniería, Venezuela que llevaron el curso implementado con *Facebook*. El estudio enfatiza el uso diario de *Facebook* entre los alumnos como herramienta de acceso a la información, y la percepción de dicha red social como muy útil en relación al curso. Destacan la importancia de *Facebook* como recurso dinámico de aprendizaje al poder compartir información, realizar trabajos, interactuar entre ellos y con los docentes y también la valoración atribuida a la información multimedia que complementa el curso.

Lampe, Wohn, Vitak, Ellison y Wash (2011) analizaron en su estudio sobre actividades colaborativas, cómo los estudiantes norteamericanos usan la red social *Facebook* para participar en actividades colaborativas del aula y demostrar si el *Facebook* puede ser utilizado como una herramienta que los estudiantes utilicen para organizar sus experiencias en el aula. La importancia de esta investigación radica en el análisis que hace a futuro para evaluar si las actividades de *Facebook* pueden dar lugar a resultados positivos, como el aumento de interés en el curso, las ganancias en la autoeficacia relacionada con la escuela, o llegar a los niveles más altos de compromiso con el contenido del curso. Destacan la utilización de una herramienta que la gran mayoría de los estudiantes acceden a diario y tiene un gran potencial para apoyar nuevas formas de interacción entre los estudiantes y docentes.

Por otro lado, el estudio de Beard, Britt, y O'Bannon de la Universidad de Tennessee (2013), examinó la efectividad del uso de un grupo de *Facebook* como una herramienta educativa para aumentar el rendimiento académico y conocimiento en temas de tecnología entre 95 maestros en formación norteamericanos. En su

estudio examinaron el uso de *Facebook*, el uso de un grupo de *Facebook* relacionado con el curso, sus hábitos de participación en el grupo, y sus percepciones sobre el uso de *Facebook* para los propósitos educativos. Los resultados revelaron un aumento significativo en el rendimiento, medido por las puntuaciones de pre y post pruebas. Los futuros profesores indicaron que el grupo de *Facebook* era beneficioso en la mejora de la preparación para las evaluaciones del curso y proporcionó un efectivo medio de comunicación.

Basado en estas investigaciones y experiencias, la propuesta que se realizará en el curso de Diseño Publicitario, permitirá al docente aprovechar mejor el tiempo en el aula, realizar actividades de aprendizaje colaborativas para que el curso cubra las expectativas de los estudiantes y que puedan desarrollar capacidades que les permitan insertarse en el mundo laboral. Como aporte intra institucional, permitirá que la carrera de Publicidad se fortalezca al lograr que los estudiantes tengan un mayor y mejor dominio de los aspectos críticos para la investigación visual y creación de imágenes gráficas, además del dominio práctico de los programas de *software* para el diseño gráfico. El buen dominio de los programas de *software* para el diseño es muy valiosa para los alumnos ya que les facilita la solicitud de prácticas pre profesionales exigidas para la obtención del título universitario. Para el aporte extra institucional, puede resultar muy atractivo para las empresas del medio poder contar con practicantes mejor preparados y con el criterio suficiente como para desenvolverse en otras áreas de una agencia de publicidad como son el área de cuentas, el área de investigación y mercado, producción y audiovisuales.

1.3. Fundamentación teórica

Desde los noventa, y coincidiendo con la explosión masiva de Internet, se produjo un incremento generalizado del uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) en las instituciones educativas, y particularmente en la educación superior. Las universidades han mostrado un progresivo interés en la incorporación de estas tecnologías a su actividad docente.

Las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) se están constituyendo en una herramienta que permite a los docentes optimizar el uso del tiempo dedicado a la enseñanza tanto en espacios presenciales como virtuales. A medida que más docentes utilizan los diferentes medios de comunicación social en el aula, se crean nuevas teorías de enseñanza/aprendizaje para la incorporación de la tecnología en formas significativas. Al incorporar cualquier tipo de medio de comunicación, los docentes deben considerar el armado del curso, las tecnologías a utilizar, el enfoque pedagógico a diseñar y ofrecer diferentes actividades de aprendizaje que tengan como resultado el aprendizaje significativo según Blaschke (2014).

1.3.1 Modalidad de aprendizaje “*Blended*”

En el área educativa han aparecido nuevas modalidades de formación como el aprendizaje electrónico (*Electronic learning*), educación semipresencial (*Blended learning*) y de educación masivas como los MOOC que han enriquecido y ampliado las posibilidades de procesos de aprendizaje colaborativo entre el alumnado y mejorando la adquisición de competencias con el acceso a la información y cambio de roles entre el profesorado y alumnado. Como afirma García (2018), se contemplan tiempos en el aula y fuera de ella poniendo el énfasis en reorganizar el trabajo de los estudiantes en el aula con más interacción entre pares y también en su hogar demostrando un trabajo más autónomo, de forma inversa a como venía siendo habitual, así también como definir el nuevo rol docente.

La propuesta de innovación del curso de Diseño Publicitario se enfoca en uno de sus aspectos en optimizar el uso del tiempo de dictado de clases y el seguimiento tutorial de los alumnos a través de la modalidad "*Blended - learning*" (García, 2018). En traducción literal, nos estaríamos refiriendo al “aprendizaje mezclado” (*to blend* = mezclar, combinar). En este enfoque se propone replantear el curso con una combinación de tiempo en el aula y otro tiempo de

trabajo fuera del recinto académico, con el apoyo de las tecnologías con el fin de promover en los estudiantes un rol más activo que favorezca el aprendizaje significativo no solo a nivel individual sino también fomentando el aprendizaje colaborativo y el desarrollo de habilidades para un futuro trabajo en equipo en el campo laboral.

No solo es "mezclar" los procesos de aprendizaje que se desarrollan con las herramientas formales ofrecidas dentro de la universidad y del horario de clases sino también con las que se usan en espacios y tiempos más informales. Los alumnos utilizan las redes sociales para compartir sus fotos, experiencias, opiniones, armar grupos, pero se resisten a poner sus opiniones o reflexiones en los blogs de los cursos porque consideran que rompen con su espacio personal, íntimo, que se exponen. Mezclando estos dos espacios de aprendizaje, se pueden construir ambientes personales de aprendizaje (*Personal Learning Environment* - PLE). Este concepto surge aproximadamente en el año 2005 y reconoce el protagonismo del sujeto y su individualidad en la organización de su propio aprendizaje (Attwell, 2007).

Varela y Barujel (2009) sostienen que un enfoque didáctico con estas características, cubre muchas de las necesidades de la propuesta de enseñanza ya que el alumno coloca en un mismo espacio, el análisis de su trabajo cotidiano, las reflexiones del proceso de aprendizaje y también las evidencias gráficas que registran todo este proceso.

Selwyn (2009) sostiene que en los últimos años los sitios de redes sociales (*SNS - Social Networking Sites*) se han convertido en uno de los géneros más importantes de software social que cuentan con millones de usuarios. Por su amplia gama de características, las funciones de las SNS dependen de la preferencia del usuario. Las personas pueden utilizar las SNS para "pasar el rato", "para perder el tiempo", "aprender unos de otros" o simplemente como un directorio. Los usuarios más jóvenes a menudo usan las redes sociales en la

gestión de su vida social, como un espacio para la exploración social y para desarrollar habilidades en redes y así facilitar el intercambio de información, la interacción y la colaboración entre sus usuarios (Cerdá y Planas, 2011). Su uso activo en Internet desarrolla estructuras sociales que ayudan el contacto entre individuos, los cuales pueden haberse conocido previamente (amigos) o hacerlo a través de la red (solicitud de amistad) o también basados en vínculos comunes entre sus usuarios (grupos). El hecho de que las "redes sociales" presenten un esquema social, permite que se las tenga en cuenta como herramienta pedagógica para construir y apoyar procesos educativos que conlleven a motivar a los estudiantes y a los docentes a utilizarlas dentro del aula de clase. Existen varios tipos de redes sociales: las redes genéricas tipo: *Facebook*, *Google +*, *Twitter* o *Myspace*), las redes profesionales, basada en un relación laboral o profesional (*LinkedIn*, *Xing* y *Viadeo*) o Temáticas, basadas en un tema concreto (*Flickr*, *Instagram*, *Ivoox*).

1.3.2. Usos y posibilidades de *Facebook*.

Hoy en día, *Facebook* (www.facebook.com) es probablemente el mejor ejemplo de entornos conocidos como 'redes sociales' o 'Web 2.0'. Sin embargo, la importancia de *Facebook* no depende sólo de su capacidad de conectar personas sino también en poder compartir recursos y la conexión de contenidos en Internet a los perfiles personales del usuario, así como su desarrollo hacia el *lifestreaming* y el *microblogging*, que permite estructurar procesos de aprendizaje colaborativos con herramientas de comunicación de la plataforma e instalación de aplicaciones (Cerdá y Planas, 2011).

Otro de los factores que contribuyen al éxito de *Facebook* es que la alta frecuencia de uso de *Facebook* (diariamente), y el dominio de la aplicación que también tiene la mayoría de los docentes en el uso de esta red social (De la Madrid *et al.* 2017) hace que no sea una plataforma ajena a ellos y existe el interés de implementar esta red social a su práctica docente.

Fewkes y McCabe, (2012); Chen, M (2018) sostienen que sitios de redes sociales como *Facebook* se conciben a menudo como espacios puramente sociales y no como espacios académicos. Sin embargo, estos sitios han evolucionado, así como también lo han hecho las formas en que los estudiantes lo están usando. En el estudio de Lampe *et al.* (2011) se analiza cómo los estudiantes de grado usan el sitio de red social *Facebook* para participar en actividades colaborativas del aula.

En este aspecto, se puede notar la gran diferencia que hacen los alumnos entre utilizar las redes sociales de manera informal a usar las plataformas ofrecidas por la propia universidad, que tiene características más “académicas” y conlleva la carga formal de la institución educativa como el espacio académico con sus normas y reglas. Por otro lado, los aplicativos de redes sociales presentan interfaces más llamativas o más cercanas a su contexto juvenil como público objetivo. Un espacio social donde pueden expresarse con mayor libertad, conversar, compartir información, imágenes, fotografías, encuestas, vincular contenidos, "chatear", dialogar, crear foros e hilos de conversación.

El uso pedagógico de *Facebook* permite construir una comunidad de aprendizaje a través de la creación de entornos de comunicación entre profesor-alumno o alumno- profesor para formular preguntas, aclarar dudas, corregir trabajos, entre otras contribuciones al aprendizaje y también la comunicación entre pares: alumno-alumno.

Los módulos de comunicación disponibles en *Facebook* son los correos electrónicos a las cuentas asociadas (*e-mails*), los correos internos (*inbox*), los foros de conversación y las galerías de fotos y álbumes. El *Facebook* permite enviar mensajes a través del correo interno a los participantes del curso. Los foros de conversación son una de las herramientas de comunicación asíncrona más importantes dentro de *Facebook*. Los foros permiten la comunicación de los

alumnos desde cualquier lugar donde dispongan de una conexión a Internet en él pueden subir imágenes, colocar sus trabajos, publicar mensajes o iniciar debates sobre algún tema.

Dentro de estas características de un entorno de diálogo es que se fomenta el aprendizaje colaborativo centrado básicamente en la conversación, en el consenso grupal, en las palabras puntuales, en las explicaciones. Es un proceso donde los miembros del grupo se comprometen a aprender en conjunto. Los objetivos de aprendizaje solo pueden conseguirse si el trabajo del grupo es realizado en colaboración. Es el conjunto de miembros el que decide las tareas a realizar, cómo las realizarán, qué procedimientos utilizarán, cómo se van a dividir el trabajo, etc. Podemos concluir con Marza (2007) que "aprender colaborativamente" es un fenómeno de naturaleza social en donde la adquisición de los nuevos conocimientos es el resultado del proceso de interacción de cada uno de los miembros del grupo que participan en un continuo diálogo.

Olivares (2015) resume que el concepto de trabajo colaborativo se basa principalmente en la unión de esfuerzos, la comunicación por el intercambio de información donde cada alumno aporta sus conocimientos, experiencias y sus modos de aprendizaje. Es un aprendizaje que redimensiona lo social y se vuelve importante para resolver problemas en un proceso de aprendizaje compartido.

Por su parte, Mendiguren, Meso y Pérez (2012) señalan que el trabajo colaborativo es un sistema de interacciones muy bien estudiado que organiza y busca la influencia mutua entre los miembros del grupo. Es un proceso gradual donde cada integrante y el grupo en sí se sienten comprometidos con el aprendizaje de todos, generando así una interdependencia positiva que permitan desarrollar las habilidades sociales para su integración y participación en el grupo sin degenerar en una competencia interna.

Olivares (2015) amplía la definición del aprendizaje colaborativo como una filosofía de interacción y una forma de trabajo que compromete tanto el desarrollo de conocimientos y habilidades individuales como el desarrollo de una

actitud positiva de interdependencia y respeto a las colaboraciones más allá de una técnica o estrategia didáctica.

Para lograr los objetivos de las experiencias de aprendizaje colaborativo, se deben tomar en cuenta dos factores: el número de integrantes y el lapso de tiempo. Se sugiere la formación de grupos pequeños y un periodo de tiempo definido que permitirá la oportunidad de conocerse e integrarse mejor para poder generar el aprendizaje.

En este contexto, *Facebook* se proyecta como un recurso didáctico que contribuye a los logros del aprendizaje colaborativo, pues se utilizan las funciones del aplicativo para generar un espacio de trabajo y diálogo para un grupo predeterminado. Marza (2007) explica que su interactividad permite desarrollar, extender y profundizar las habilidades interpersonales a medida que los estudiantes y docentes aprendan a comunicarse mediante las nuevas formas y espacios que proponen las redes sociales.

Para la aplicación de un curso *blended*, *Facebook* permite que el trabajo grupal o en equipo se pueda prolongar más allá de las clases presenciales a través de sus diferentes recursos tecnológicos que presenta el aplicativo: chat, correo, encuestas, listas o foros, que permite seguir dialogando o fomentar nuevos intercambios de ideas. Estas experiencias de trabajo grupal y colaborativo generan aprendizajes significativos cada vez que los alumnos comparten sus propios descubrimientos, cuando se brindan apoyo para resolver problemas y trabajan en proyectos conjuntos.

Molina, Valencia-Peris y Gómez- Gonzalvo (2016) sostienen que en el aprendizaje colaborativo intervienen múltiples factores como son la composición del grupo, las características de la tarea o contenido de aprendizaje y la actuación del tutor por lo que dentro de la implementación del aprendizaje colaborativo como estrategia pedagógica, debemos tener en cuenta la participación clave del docente como un tutor.

Según Díaz (como se citó en Benavides y Pineda, 2017):

Las interacciones profesor-alumno durante el proceso de mentoría surgen a partir de la toma de conciencia de que estas variables, factores o condiciones no tienen efectos simples en el aprendizaje que llevan a cabo los alumnos, sino que interactúan unas con otras de forma compleja, de tal modo que resulta difícil establecer relaciones causales directas entre las condiciones y los efectos de la colaboración (p.56).

Es por ello que el rol del docente como tutor responsable del aprendizaje colaborativo debe de contemplar los efectos que resultarán de la implementación de las TIC en sus estrategias didácticas referidas a trabajos colaborativos en un curso virtual. Para ello, debe planificar su aplicación teniendo en cuenta el temario del curso, el programa a utilizar y su enseñanza; establecer los objetivos de aprendizaje, seleccionar los recursos de apoyo, organizar las actividades y los mecanismos de acompañamiento y valoración (Benavides y Pineda, 2017).

Según reflexiona Duart (como se citó en Mejías, Gutiérrez y Hernández, 2011):

Los docentes somos los principales responsables del cambio de actitud con respecto a los nuevos modelos de enseñanza; debemos ser permeables a los cambios que se producen en el entorno comunicativo y trasladar a nuestra práctica docente los usos sociales de la red. “La verdadera transformación se encuentra en la dinámica educativa, en el proceso educativo que se desarrolla en el aula [...]. El uso activo y social de la red no puede ser ignorado en las planificaciones docentes” (p.56).

Los sitios de redes sociales (*SNS - Social Networking Sites*) son también espacios de intercambio de información para dar a conocer imágenes y otros contenidos visuales. La ventaja del uso de *Facebook* para un curso de comunicación visual radica en su propio carácter visual: Sus galerías de imágenes, carpetas y videos facilitan el almacenamiento, presentación y publicación de las imágenes a un grupo objetivo determinado. El valor añadido de las galerías de imágenes en línea permite también que los estudiantes editen y contribuyan al trabajo del compañero, según Carpenter y Cifuentes (2011), y de esta manera se pueda fomentar el diálogo y consecuentemente el aprendizaje colaborativo. A través del trabajo colectivo y colaborativo se puede acceder a

diferentes enfoques y propuestas de investigación, de esta forma se ofrece a los estudiantes una nueva herramienta para ampliar su propio conocimiento visual a través de la exhibición e interpretación de sus propuestas visuales y la de sus compañeros en las galerías de imágenes y álbumes en línea.

A través de las galerías de imágenes y álbumes en línea los alumnos comparten sus trabajos e investigaciones para el aprendizaje en la creación de imágenes dentro de contextos de cultura visual. La opción de generar un hilo de conversación a través de los espacios de comentarios fomenta los debates e interpretaciones sobre las imágenes propuestas. Asimismo, cada alumno va llevando un registro de sus trabajos y sus avances con respecto al curso y sus demás compañeros. En este espacio virtual de evidencias registradas, el profesor también puede valorar el proceso del desarrollo de los aprendizajes de cada estudiante. Las galerías de imágenes y álbumes de fotos se transforman en ese espacio donde queda registrado el inicio y los avances de los trabajos individuales y los grupales, así como de las reflexiones y aportes que se van desarrollando durante el proceso y al que podemos llamar "bitácora", "portafolio" o "carpeta". Los portafolios en el ámbito educativo fomentan el intercambio de ideas entre estudiantes y ayuda a ampliar sus perspectivas acerca de las imágenes visuales (Rodríguez, 2013). Las interpretaciones en relación al nuevo contenido sugerido por otros usuarios sugieren las interpretaciones significativas de la cultura visual.

Según Cussó y Martínez (2007), el concepto del portafolio es la recopilación y organización de los trabajos realizados por una persona como evidencia de su producción. El uso de los portafolios tuvo su origen en el campo visual de las bellas artes: pintura, diseño, arquitectura, fotografía y periodismo. Luego se fue aplicando al área laboral como una selección de trabajos que dan cuenta del dominio de una actividad y posteriormente se le dio un enfoque didáctico para ser aplicado en el campo educativo. Prendes y Sánchez (2008) sostienen que la introducción de los portafolios en la educación se debió a la necesidad de

encontrar una metodología cualitativa para la evaluación de los aprendizajes. Los portafolios, como herramienta didáctica, suponen una manera de comprender el proceso de aprendizaje y la evaluación del mismo, creando un fuerte enlace entre el currículo y las prácticas evaluativas sostiene Klenowski (como se citó en González, 2017).

Por otro lado, Barret y Carney (2005) identifican tres tipos de portafolios según sus fines: a) para evaluar el logro de habilidades o competencias definidas, b) como herramienta para la búsqueda de empleo y c) para el aprendizaje, basados en un modelo constructivista.

Para los fines que persigue esta propuesta de innovación educativa, nos apoyaremos en los dos últimos fines: el desarrollo de un portafolio para el aprendizaje con trabajos de óptima calidad que faciliten al alumno a insertarse en el mundo laboral.

Prendes y Sánchez (2008) indican que los portafolios utilizados con objetivos formativos, apoya el proceso de enseñanza- aprendizaje. El uso del portafolio como metodología implica una reflexión previa de los trabajos seleccionados. A través de esta selección de experiencias, el docente y los alumnos deben analizar, valorar, revisar y evaluar el proceso educativo del que forman parte. El alumno debe identificar sus habilidades y competencias que ha desarrollado hasta ese momento mientras que el docente debe de evaluar el progreso de sus estudiantes a través de los portafolios y enfocando la evaluación como una herramienta para el aprendizaje.

La *British Educational Communications and Technology Agency* (BECTA, 2007) elaboró un informe e identificó los beneficios del uso del portafolio como herramienta didáctica porque ayudan al aprendizaje cuando se consideran parte integral del enfoque de enseñanza-aprendizaje, más que un recurso aislado de evaluación, los trabajos documentados permiten ver el desarrollo, las fortalezas y las dificultades de cada estudiante. Un portafolio se desarrolla en base a una estructura definida y herramientas como plantillas para ejercicios, cronograma y

calendarios para desarrollar su trabajo de manera autónoma, espacios de diálogo para la retroalimentación de los docentes y sus compañeros del curso pues consideran que contribuyen al aprendizaje.

El portafolio puede ser un espacio físico, digital y/o virtual que sirve para recopilar trabajos, escritos, fotografías y cualquier otro elemento de registro que responda a los objetivos de un portafolio. La diferencia principal entre los portafolios tradicionales y los portafolios electrónicos, es que éstos últimos usan tecnologías como CD, DVD o de la misma Web. Espinosa y Vera (como se citó en Prendes y Sánchez, 2008) mencionan que los portafolios virtuales con base electrónica se les puede llamar: "Portafolio digital", "e-Portafolio", "web-Folio", "e-Folio" o "portafolio multimedia". Enfocados en el uso didáctico de *Facebook* ya podríamos hablar de un "*face-folio*" para esta propuesta de innovación educativa.

El informe BECTA (2007) menciona que el uso de los e-portafolios ayuda al desarrollo de habilidades, entre ellas, el uso eficiente de las TIC. El informe también identificó el gran potencial que había entre los procesos para el desarrollo de un e-portafolio (almacenamiento, reflexión y publicación) con el masivo uso de las redes sociales.

En esta propuesta de innovación educativa, el *Facebook* como portafolio digital sirve como una herramienta de evaluación y desarrollo de capacidades. González (2017) afirma que los trabajos publicados describen las habilidades desarrolladas por los alumnos en el proceso de construcción de sus portafolios. La red social *Facebook* funciona como un *e-portafolio* que ofrece al alumno y al docente la posibilidad de demostrar la apropiación de conocimientos y capacidades, tanto en el dominio de la teoría como en la práctica de las herramientas, así como la importancia de evidenciar el aprendizaje con los trabajos publicados.

1.3.3. Capacidades comunicacionales gráficas.

La propuesta de innovación se enmarca dentro de los lineamientos de la institución educativa en ofrecer una educación de calidad a los estudiantes que apuestan por estudiar la carrera de Publicidad en la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación (FCAC). En este sentido, este proyecto de innovación también encaja dentro de los lineamientos de actualización de perfil del egresado de la especialidad de publicidad:

El comunicador publicitario, es un profesional que resuelve problemas y atiende necesidades de comunicación en empresas, entidades públicas y privadas; en base a un conocimiento amplio de los públicos y sus necesidades, de la organización y sus contextos - así - diseña, planifica y gestiona estrategias para la construcción de marcas y vínculos profundos con sus diversos públicos (FCAC, 2019, p.4).

Un comunicador es un especialista en procesos de comunicación y estudia los factores que intervienen en ella para que sea siempre efectiva. El estudio de la comunicación esta relacionada con la transmisión de un mensaje, codificado, cifrado y organizado mediante un lenguaje común entre un emisor y un receptor. Se necesita que el receptor pueda descodificar y entender el mensaje, para que active una reacción o respuesta con el propósito del emisor. Pozo (2017) sostiene que para configurar una correcta comunicación entre un emisor y un receptor, ambas partes deben de compartir dos requisitos previos: conocer y aceptar la utilización de un código mutuo que garantice a ambas partes la objetividad y precisión de la transmisión del mensaje que comparten. Si utilizamos un código de signos gráficos, aceptados por las partes que componen el flujo de comunicación y lo complementamos con una correcta exposición verbal de apoyo, potenciaremos esta forma de comunicación para que el receptor pueda analizar el contenido del mensaje y evaluar el sentido de este. El mensaje también puede tener una estructura propia, objetiva y precisa que aporta información adicional para facilitar su comprensión con esquemas, gráficos, imágenes, fotografías, etc.

Costa (2014) menciona que el diseño gráfico es el diseño de la comunicación que

une el lenguaje de la información con la semiótica. Define a los mensajes como sistemas semióticos que contienen significados y son percibidos por la semántica y la estética. El diseño de la comunicación, es la transmisión de información, significados y conocimiento sobre cualquier aspecto del mundo y este debe de ser transmitido correctamente. Definir la comunicación como la función esencial del diseño, es interactuar con las personas y la sociedad. A través del canal visual de la percepción, la comunicación visual se convierte en una herramienta estratégica para organizar ideas y conceptos con el objetivo tomar decisiones en la planificación de contenidos, en el diseño de acciones, servicios, eventos, etc. Los nuevos campos de la comunicación visual involucran a la publicidad, al diseño gráfico, la arquitectura, el diseño industrial, la moda, la publicidad, la fotografía y el *marketing* lo que genera un campo laboral que son ocupados mayormente por diseñadores y publicistas.

El perfil del profesional creativo responsable del aspecto visual en una agencia de comunicación publicitaria fue definido por Miguélez-Juan (2017) y sostiene que las funciones que este profesional desempeña dentro del proceso de creación y producción de mensajes publicitarios abarca hasta ocho características:

Comunicador; creatividad; organización; ejecución; conceptualización; coordinación; visualizador y operatividad.

Estas facetas llevarán a este profesional a desarrollar las siguiente actividades: Participar en el proceso creativo y conceptualización, apoyar el desarrollo de mensajes eficaces, originales y diseñarlos de forma atractiva, organizar, dirigir, supervisar y coordinar el trabajo en equipo y ser responsable del proceso de producción hasta el resultado final de la pieza de comunicación.

Para los expertos resulta clave la especialización profesional en este campo de la comunicación visual pues se trata de un profesional multidisciplinario con muchas responsabilidades y precisamente por esta razón debe desarrollar y dominar los aspectos teóricos de la comunicación y los conceptos de creatividad gráfica.

1.4. Caracterización del contexto.

La población objetivo de esta propuesta de innovación educativa son estudiantes de una universidad de gestión privada que, en su mayoría, ingresaron durante el periodo 2015-2016. En promedio, tienen 22 años, y actualmente cursan el tercer año de la carrera de Publicidad. La gran mayoría de los estudiantes son de sexo femenino. De 25 alumnos matriculados, 18 fueron de sexo femenino y 7 fueron de sexo masculino. Esta diferencia es característica en la especialidad de Publicidad. En su gran mayoría, los estudiantes pertenecen al estrato social medio y disponen de equipos electrónicos para su uso personal y académico, se observó en la clase y a través de las actividades que todos los alumnos poseen un teléfono inteligente y una gran mayoría disponen de *laptops*. En todos los dispositivos móviles encontramos la aplicación de la red social *Facebook* la cual les es familiar, así como las diferentes herramientas tecnológicas para la edición de documentos, hojas de cálculo, presentaciones de diapositivas y el uso del correo electrónico. Desconocen el uso del programa *Adobe Illustrator* pero tienen algunas nociones del programa *Adobe Photoshop* para manipular imágenes o generar “*memes*”.

En cuanto a la infraestructura donde se dicta el curso de diseño publicitario, el aula es un laboratorio equipado con 26 computadoras y dos impresoras (color y blanco y negro). La computadora principal usada por el docente tiene acceso al proyector audiovisual. El aula es un espacio ventilado y cómodo que cuenta con aire acondicionado.

La principal fortaleza del curso de Diseño Publicitario es que al ser el único curso de diseño y comunicación visual en toda la carrera de publicidad tiene mucha demanda por los estudiantes. Según las encuestas de expectativas (anexo 4), la principal motivación de los alumnos es dominar los programas de *software* para diseño con el objetivo de poder insertarse rápidamente en el mercado laboral. La desventaja del curso es que se crean demasiadas expectativas para el limitado tiempo de 16 semanas.

1.5. Objetivos y metas

Objetivo General:

Mejorar el desarrollo de capacidades comunicacionales gráficas de los estudiantes del curso de Diseño Publicitario del tercer año de la carrera de Publicidad.

Objetivos específicos:

1. Implementar estrategias que fomenten capacidades comunicacionales de investigación visual y creación de imágenes gráficas en el marco de un aprendizaje colaborativo con TIC.
2. Incorporar *Facebook* y otros recursos tecnológicos para la retroalimentación oportuna y el seguimiento del proceso de aprendizaje del alumno.
3. Generar un portafolio de trabajos de óptima calidad para la inserción en el mundo laboral.

Las metas de esta propuesta de innovación se han planteado sobre los estudiantes matriculados en el curso y las necesidades para realizar esta propuesta:

Metas de ocupación: Un docente *community manager* para la organización de los grupos de trabajo y secuencias de actividades, 1 jefe de práctica/*web designer* para el diseño de los “*post*” para la página *Facebook*, 1 jefe de práctica/gestor de contenido para la búsqueda de información para refuerzo de actividades y un personal de apoyo de laboratorio de cómputo.

Metas de atención. 25 estudiantes del semestre 2019-2 del curso Diseño Publicitario implementado con *Facebook*.

Metas de capacitación: Jornadas de capacitación en desarrollo de clases

"Blended", taller anual de actualización de programas *Adobe Illustrator* (programa vectorial), taller anual de actualización de programas *Adobe Photoshop* (programa imágenes). Participación en congresos educativos organizados por *Adobe for Education* donde se presentan los casos de educación novedosos.

Metas de implementación: Curso *blended* de 16 sesiones presenciales en aula con seguimiento virtual fuera del aula a través de trabajos colaborativos.

Metas de producción: Grupo cerrado en *Facebook* con fines didácticos. *Post* de bienvenida y de motivación para los alumnos, plantillas gráficas de trabajo individual para cada una de las clases programadas, *post* de trabajo colaborativo para el entendimiento del tipo de imagen, *post* de *tips* o trucos para el uso de los programas *Adobe Illustrator* (programa vectorial) y *Adobe Photoshop* (programa imágenes), correos electrónicos con el resumen de la clase, la secuencia del trabajo y las indicaciones del trabajo a realizar.

1.6. Estrategias y actividades a realizar

La implementación de esta propuesta de innovación educativa en el curso de Diseño Publicitario está confeccionada en cinco fases y subdivididas en nueve etapas.

Tabla 1

Fases de la propuesta de innovación educativa

Fases	Etapas	Actividades
PLANIFICACIÓN	1	Se convocará a una reunión de coordinador de la especialidad, docente y jefes de práctica para presentar el proyecto. Se analizan resultados de los últimos semestres y la programación del curso.
CAPACITACIÓN	2	Se promoverá un taller de sensibilización con los jefes de práctica para reconocer la importancia de los cambios en la metodología del curso.

		Se realizará o participará en talleres sobre uso pedagógico de <i>Facebook</i> , Estrategias para el trabajo colaborativo y Desarrollo Curricular con TIC
		Se desarrollarán capacitaciones sobre lo que significa ser un <i>community manager</i> y generador de contenidos.
IMPLEMENTACIÓN	3	Se hace un listado de necesidades. Elaboración de recursos, materiales. Una semana antes del inicio del curso se crea un espacio en <i>Facebook</i> .
	4	Informar a los estudiantes sobre la metodología que se emplearán, las plantillas gráficas a utilizar, el uso de <i>Facebook</i> y la programación del curso. Se realizan reuniones quincenales o semanales con los jefes de práctica para discutir los avances o dificultades.
EJECUCIÓN	5	Se registra al grupo en el espacio de <i>Facebook</i> , se termina de programar los contenidos y recursos. Los estudiantes realizarán sus trabajos o actividades utilizando plantillas gráficas que se repartirán o se colocarán para descargar.
	6	Actividades que se realizarán fuera del aula. Implementación del aprendizaje colaborativo.
	7	<i>Feedback</i> trabajos. Asesoría personal.
EVALUACIÓN	8	En cada tema, los estudiantes completarán una plantilla gráfica que deberán compartir en el espacio de <i>Facebook</i> para la retroalimentación del docente y/o colegas. Al finalizar cada proyecto, los estudiantes presentan un informe y anotan sus logros y dificultades. El profesor registra la información.
	9	Preparación de informe de resultados.

Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla se muestran los temas secuenciados que serán tratados en las primeras ocho sesiones del ciclo. Asimismo, se detalla el contenido del tema que será revisado en la clase teórica y la herramienta digital que se utilizará en el horario de la práctica para la confección de la tarea gráfica que posteriormente será “subida” al grupo cerrado de *Facebook* para ser utilizada como material de trabajo para la siguiente clase.

Tabla 2

Sesiones en las que se desarrollará la propuesta de innovación:

Sesión	Tema	Contenido	Clase presencial	Grupo Facebook
1	El poder de la imagen	El valor de las marcas y la identidad corporativa. Práctica Adobe Illustrator. Programa vectorial de gráficos.	Evaluación teórica inicial y cuestionario expectativas Presentación de marcas	Collage Marca
2	Comunicación visual.	Proceso y componentes de la comunicación visual. Práctica Adobe Illustrator. Programa vectorial de gráficos.	Ejercicio observación Mundo de los <i>snacks</i>	Plantilla gráfica: Collage empaque
3	El mensaje visual.	Desarrollo de formas gráficas a partir de conceptos. Práctica Adobe Illustrator. Programa vectorial de gráficos.	Presentación cuadro de tendencias	Plantilla gráfica: Ejercicio colaborativo imágenes
4	Los códigos visuales y el consumidor	Descubriendo nuevos lenguajes Práctica Adobe Illustrator. Programa vectorial de gráficos.	Evaluación teórica seguimiento y explicación con <i>Kahoot!</i> Presentación Público objetivo	Plantilla gráfica: Fondo y Forma
5	La tipografía	Familias tipográficas Práctica Adobe Illustrator. Programa vectorial de gráficos.	Ejercicio observación Las familias tipográficas Historia de la tipografía	Plantilla gráfica: Ejercicio colaborativo tipografía
6	Tipografía e imagen.	La tipografía como imagen. Práctica Adobe Illustrator. Programa vectorial de gráficos.	Presentación tipografía e imagen	Plantilla gráfica: Collage personal
7	Tipografía y creatividad	Creación de alfabetos Práctica Adobe	Ejercicio observación Alfabetos	Plantilla gráfica: Ejercicio colaborativo

		<i>Illustrator</i> . Programa vectorial de gráficos.	creativos	fondo y forma
8	Diseño tipográfico	Diseño de alfabeto personal Práctica Adobe Illustrator . Programa vectorial de gráficos.	El elemento gráfico. Unidad y coherencia en un alfabeto.	Plantilla gráfica: Collage concepto personal
9	EXAMEN PARCIAL			
10	Identidad corporativa	Manuales de identidad. Logotipo y papelería. Práctica Identidad visual: Creación de logotipo personal (desglose semiótico).	Logotipo y papelería Creación y aplicación de elementos para generar identidad visual	Plantilla gráfica: Elementos de identidad visual
11	Dirección de arte	De la idea a la imprenta. Boceto, artes finales y producción. Práctica Adobe Photoshop . Programa de imágenes.	Identidad visual, aplicaciones	Plantilla gráfica: Propuestas. Crítica general y discusión de propuestas.
12	Proyecto final	Campaña final: Investigación Gráfica Práctica Adobe Photoshop . Programa de imágenes.	Investigación Gráfica	Plantilla gráfica: Collage Investigación Gráfica
13	Proyecto final	Campaña final: Creatividad Práctica Adobe Photoshop . Programa de imágenes.	Diseño y creatividad	Plantilla gráfica: Collage Creatividad
14	Proyecto final	Campaña final: Aplicaciones Práctica Adobe .	Desarrollo aplicaciones	Plantilla gráfica: Aplicaciones
15	Proyecto final	Campaña final: Manual de Identidad Práctica Adobe	Desarrollo Manual de Identidad	Plantilla gráfica: Manual de Identidad
16	EXAMEN FINAL			

Fuente: Elaboración propia

Partiendo del objetivo general y de los objetivos específicos propuestos, las trayectorias a seguir serían las siguientes:

Objetivo específico 1:

Implementar estrategias que fomenten capacidades comunicacionales de investigación visual y creación de imágenes gráficas en el marco de un aprendizaje colaborativo con TIC.

Trayectorias o propuestas de acción

- A. Confección de plantillas gráficas para el desarrollo de las tareas.
- B. Capacitación en investigación visual y análisis de información recogida.
- C. Capacitación a alumnos sobre trabajo colaborativo.
- D. Organización de grupos para el trabajo colaborativo.
- E. Implementación de un espacio virtual que lleve a la socialización entre alumnos .

Objetivo específico 2:

Incorporar *Facebook* y otros recursos tecnológicos para la retroalimentación oportuna y el seguimiento del proceso de aprendizaje del alumno.

Trayectorias o propuestas de acción

- A. Establecimiento de un aplicativo de redes sociales para el buen desarrollo del curso.
- B. Reestructuración del sílabo y entrega programada de trabajos.
- C. Estructuración de clases bajo el sistema de "*Blended Learning*".
- D. Implementación de un espacio virtual que lleve a la socialización entre profesor y alumno.

Objetivo específico 3:

Generar un portafolio de trabajos de óptima calidad para la inserción en el mundo laboral (Prácticas pre profesionales).

Trayectorias o propuestas de acción

A. Establecimiento de un espacio para el desarrollo del portafolio digital.

B. Implementación de trabajos de investigación y ejercicios que permitan el dominio del programa *Adobe Illustrator*.

C. Implementación de trabajos de investigación y ejercicios que permitan el dominio del programa *Adobe Photoshop*.

1.7. Recursos Humanos

Los actores son:

1.7.1. El docente innovador del curso es quien organiza todas las fases del diseño e implementación del proyecto. Su labor implica ser un *community manager* en el manejo del grupo cerrado de *Facebook*, generador de contenidos para alimentar el flujo de las clases presenciales y virtuales y asesor de las sugerencias, interrogantes y dudas de los alumnos.

1.7.2. Los alumnos matriculados en el curso serán los que a través de una participación activa irán desarrollando habilidades en comunicación gráfica y generarán piezas gráficas creativas para su portafolio personal de trabajos desarrollados dentro del marco de un aprendizaje colaborativo.

1.7.3. Los jefes de práctica del curso quienes apoyarán todas las fases del diseño e implementación del proyecto dirigido por el profesor a cargo de la innovación académica. Sus labores implican ser generadores de contenidos para alimentar el flujo de las clases presenciales y virtuales, asesores de las preguntas técnicas, y dudas sobre el manejo de los programas de los alumnos.

1.7.4. Soporte Técnico. Es el personal encargado de los laboratorios de práctica y que tienen a su cargo el mantenimiento y correcto funcionamiento de los equipos de cómputo. Así también de resolver las emergencias o dudas técnicas con respecto al uso de los equipos y/o programas instalados.

1.7.5. Soporte Técnico Adobe. El responsable de capacitar al docente y jefe de prácticas en los fundamentos teóricos y prácticos del uso de los programas *Adobe Illustrator* (programa vectorial) y *Adobe Photoshop* (programa imágenes) será Instituto *Adobe for Education*.

1.7.6. Soporte Pedagógico. La instancia interna encargada de la formación docente universitaria será la responsable de capacitar a los docentes en los fundamentos teóricos y tecnológicos del uso de *Facebook*, desarrollo curricular, actividades colaborativas en medios virtuales, evaluación del aprendizaje, entre otros.

1.8. Monitoreo y evaluación del proceso

El docente encargado del curso tendrá la doble función de monitorear y evaluar la propuesta. También se encargará de elaborar las conclusiones de la innovación académica y las recomendaciones para mejorar la propuesta y para ello contará con todo el registro de las evidencias recogidas durante el plan piloto, así como los resultados de las encuestas aplicadas y los trabajos alojados en el grupo cerrado de *Facebook*.

Con el monitoreo se recoge toda evidencia del desarrollo de la programación realizada por el docente innovador. Para ello, contará con todas las evidencias registradas como: los trabajos desarrollados por los estudiantes, los resultados de la prueba de ingreso y de expectativas, las encuestas anónimas de evaluación a la innovación académica y toda la secuencia ordenada de trabajos alojados en el grupo cerrado de *Facebook*. Los correos resumen de las clases enviadas también serán evidencia del cronograma utilizado al tener las fechas

registradas del envío junto con la plantilla gráfica a desarrollar y la secuencia de la tarea realizada.

El objetivo del monitoreo es hacer seguimiento del desempeño de los estudiantes en *Facebook* y verificar si ha habido participación activa y colaborativa en los temas propuestos, así como el grado de satisfacción de los estudiantes por la metodología empleada.

El monitoreo de los avances teóricos se realizará antes y durante la propuesta a través de los exámenes de evaluación teórica que se realizarán en dos momentos, la evaluación teórica de ingreso dentro de la encuesta personal de expectativas al comienzo del ciclo y la segunda a través del aplicativo *Kahoot!* de manera dinámica y para esclarecer puntos no entendidos hasta el momento. Con los resultados obtenidos, se forma un grupo especial de alumnos que requieran mayor atención para su seguimiento personal.

El monitoreo de los avances prácticos se realizará durante el desarrollo de la propuesta a través de la secuencia de plantillas gráficas enviadas por el docente innovador y desarrollada por los alumnos. Todos estos trabajos serán publicados en el grupo cerrado de *Facebook* con comentarios de investigación previa. Con los resultados obtenidos, se monitorea el avance personal de cada uno de los alumnos y de la clase en general.

Con este tipo de seguimiento se pretende verificar que el desempeño de los estudiantes mejora con respecto a semestres pasados, en los cuales se usaba la metodología de la clase magistral y la revisión aislada de los trabajos presentados individualmente y sin interacción grupal. De esta manera, se verificará que se desarrolló capacidades de comunicación gráfica y que el aprendizaje se vio potenciado por el uso de las TIC.

1.9. Viabilidad: Sustentabilidad y sostenibilidad.

Esta propuesta de innovación educativa es viable porque se cumplen los dos factores de sustentabilidad y sostenibilidad. Es sustentable en el tiempo porque la implementación de *Facebook* implica una inversión mínima en todos los aspectos ya que todas las computadoras de los laboratorios tienen instalado el programa de manera gratuita al igual que encontramos la aplicación en todos los dispositivos móviles de los estudiantes. La universidad cuenta con laboratorios equipados con computadoras actualizadas con conexión a *internet* y programas con licencias originales. Los gastos en materiales del curso son mínimos ya que todo el material es digital y no se requiere ni se exige imprimirlo para su presentación física. Todas las correcciones y evaluaciones son dentro de la plataforma virtual a través de los *e-portafolios* de los alumnos. Coker (2008), identifican algunas ventajas de los *e-portafolios* sobre los portafolios en papel: Los *e-portafolios* facilitan la edición, la incorporación de nueva información y la reorganización interna de sus elementos sin necesidad de imprimir nuevamente, los *e-portafolios* son "documentos conectados" entre los elementos existentes del portafolio, así como de otros objetos externos, a través de los hipervínculos permitiendo así la construcción y reconstrucción de una narrativa hipermedial en un solo sitio. Por otro lado, los *e-portafolios* son más "portátiles" que los portafolios físicos y tienen facilidad de acceso y actualización entre el alumno y el docente.

Otra de las ventajas de usar *Facebook* como un *e-portafolio* de los trabajos realizados, es el ahorro de impresiones y presentaciones físicas. *Facebook* se convierte en un repositorio visual de la secuencia de trabajos realizados por el alumno y sus compañeros. De esta manera, se cuida el medio ambiente evitando el uso indiscriminado de hojas de papel y tintas.

En el aspecto formativo del docente, existe una instancia que dicta cursos introductorios o de especialización (de acuerdo con las necesidades de los docentes y las unidades) en temas y habilidades vinculadas con el quehacer

docente de manera gratuita y accesible. La compra de muestras físicas para la sesión de observación de productos reales por rubro (*snacks*, galletas, golosinas) forman parte del presupuesto que la especialidad de Publicidad tiene destinado para los cursos innovadores. Por lo tanto, económicamente la implementación es viable por su inversión mínima y cuidado de los recursos.

En cuanto a la sostenibilidad de la propuesta de innovación educativa a largo plazo, no se considera un mayor gasto a futuro porque el material gráfico a utilizar para los próximos cursos serán las mismas plantillas gráficas que guardan relación entre si y que podrán ser mejoradas o adaptadas de acuerdo al avance grupal de los alumnos.

1.10. Presupuesto

Los costos de inversión del software para esta innovación académica son mínimos ya que se puede acceder a la red social *Facebook* y a la plataforma *Google Drive* con el correo institucional sin la necesidad de realizar ningún pago. El costo de las licencias de uso de los programas originales está negociado a nivel compras corporativa directamente por la Universidad. Sin embargo, los costos de horas hombre que implica la asesoría de alumnos deberá de ser considerada como horas adicionales al dictado de clases y deberá de ser incluidas dentro del contrato del docente TPA. Los costos de la compra de muestras físicas para las clases presenciales serán asumidos por la sección a la que pertenece el curso de Diseño Publicitario. En este caso, será la sección de Publicidad de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación. Este monto saldrá del presupuesto que cada semestre se asigna para a la compra de materiales. Los costos de la capacitación del profesor y jefe de práctica en las plataformas *Adobe* será considerado dentro del presupuesto de capacitación del personal docente de la especialidad.

Tabla 3

Presupuesto de la propuesta de innovación educativa

COMPONENTES		TOTAL S/
Costos de inversión	1. <i>Facebook</i> (Aplicación gratuita)	0
	2. <i>Google Drive</i> (Correo institucional)	0
	3. Programas <i>Adobe</i> (<i>Creative Cloud</i> / licencia educación)	0
Costos operacionales	1. Capacitación de docentes	0
	2. Capacitación <i>Adobe</i> de 2 docentes	1,000
	3. Compra de muestras para clase comunicación visual	50
	4. Preparación de plantillas por docente (4 horas)	360
	6. Otros	0
	Costos en personal	1. Horas adicionales para la asesoría virtual (32 horas ciclo)
2. Soporte técnico (incluido planilla institucional)		0
3. Soporte técnico <i>Adobe</i> (incluido licencia <i>Adobe</i>)		0
4. Otros		0
TOTAL S/		4,290

Fuente: Elaboración propia

1.11. Cronograma

En la presentación del cronograma se consideran las diferentes fases, tales como la planificación del curso, capacitación del docente en la metodología que se usará, la implementación de los recursos que se emplearán, así como la ejecución y la evaluación del mismo.

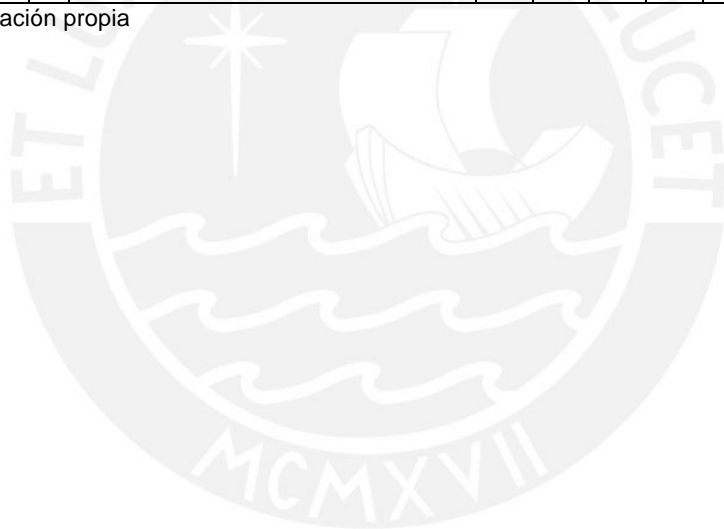
Tabla 4

Cronograma de la propuesta de innovación educativa

Fases	E t a p a	Actividades	Semestre 2019-2										
			A B R	M A Y	J U N	J U L	A G O	S E T	O C T	N O V	D I C		
PLANIFICACION	1	Se convocará a una reunión de coordinador de la especialidad, docente y jefes de práctica para presentar el proyecto. Se analizan resultados de los últimos semestres y la programación del curso.	X										
CAPACITACIÓN	2	Se promoverá un taller de sensibilización con los jefes de práctica para reconocer la importancia de los cambios en la metodología del curso. Se realizará o participará en talleres sobre uso pedagógico de <i>Facebook</i> , Estrategias para el trabajo colaborativo y Desarrollo Curricular con TIC Se desarrollarán capacitaciones sobre lo que significa ser un <i>community manager</i> y generador de contenidos.		X	X								
	3	Se hace un listado de necesidades. Elaboración de recursos, materiales. Una semana antes del inicio del curso se crea un espacio en <i>Facebook</i> .			X	X	X						
IMPLEMENTACIÓN	4	Informar a los estudiantes sobre la metodología que se emplearán, las plantillas gráficas a utilizar, el uso de <i>Facebook</i> . y la programación del curso. Se realizan reuniones quincenales o semanales con los jefes de práctica para discutir los avances o dificultades.					X						
EJECUCIÓN	5	Se registra al grupo en el espacio de <i>Facebook</i> ., se termina de programar los contenidos y recursos. Los estudiantes realizarán sus trabajos o actividades					X						

		utilizando plantillas gráficas que se repartirán o se colocarán en los álbumes para descargar.										
	6	Actividades que se realizarán fuera del aula. Implementación del aprendizaje colaborativo.					X	X	X	X		
	7	<i>Feedback</i> trabajos. Asesoría personal					X	X	X	X		
EVALUACIÓN	8	En cada tema, los estudiantes completarán una plantilla gráfica que deberán compartir en el espacio de <i>Facebook</i> . para la retroalimentación del docente y/o colegas. Al finalizar cada proyecto, los estudiantes presentan un informe y anotan sus logros y dificultades. El profesor registra la información.					X	X	X	X		
	9	Preparación de informe de resultados.									x	x

Fuente: Elaboración propia



CAPÍTULO II:

INFORME DE LA EJECUCIÓN DE LA EXPERIENCIA PILOTO

El presente informe describe los diferentes aspectos relacionados a la realización de la experiencia piloto para la propuesta de innovación en la carrera de Publicidad. Se describen como parte del proceso los siguientes puntos: las acciones que se realizaron previamente a la ejecución del piloto, la descripción del desarrollo de ejecución del piloto y las etapas de ejecución para la experiencia piloto, las experiencias vividas durante las diferentes sesiones, la fase de evaluación y los resultados obtenidos a partir de la aplicación de los instrumentos diseñados. Toda esta información permitirá hacer el análisis correspondiente al diseño de la propuesta.

2.1. Proceso de planificación de la experiencia piloto

La experiencia piloto tuvo como objetivo mejorar el desarrollo de las capacidades comunicacionales gráficas a través de la investigación visual y creación de imágenes gráficas utilizando la red social *Facebook* en los 25 alumnos matriculados en el curso de Diseño Publicitario.

La experiencia piloto consideró la realización de cuatro sesiones realizadas durante el primer mes del curso y se eligieron la sesión sobre el valor de las marcas y la identidad corporativa, la sesión sobre el proceso y componentes de la comunicación visual, la sesión sobre el mensaje visual y la sesión sobre códigos visuales.

Se eligió esta secuencia de cuatro clases porque los estudiantes revisaron sus conocimientos previos sobre teoría de la comunicación y aplicaron estos conceptos al desarrollo de sus proyectos visuales. La secuencia de estas 4 clases está referida a los conceptos de los componentes y del proceso de la

comunicación que los alumnos necesitan para investigar y crear un proyecto de comunicación visual.

Se consideraron como objetivos específicos del piloto:

A. Generar estrategias usando *Facebook* u otros para el desarrollo de trabajos de creatividad gráfica

B. Incorporar *Facebook* para una retroalimentación oportuna y seguimiento del proceso de aprendizaje del alumno.

C. Generar un portafolio con trabajos de investigación visual y creatividad gráfica de óptima calidad para la inserción en el mundo .

De igual manera, las metas de la propuesta se plantearon sobre las cuatro sesiones seleccionadas. Estas se presentan a continuación:

Metas de ocupación. Un docente “*community manager*” para la organización de los grupos de trabajo y secuencias de actividades, 1 jefe de práctica/*web designer* para el diseño de los “*post*” para la página *Facebook* , 1 jefe de práctica/gestor de contenido para la búsqueda de información para refuerzo de actividades y un personal de apoyo en el manejo de los laboratorios de cómputo.

Metas de atención. Se atendió a 25 estudiantes del semestre 2019-2 en el curso Diseño Publicitario implementado con *Facebook*.

Metas de implementación: Se creó un “*post*” de bienvenida y dos de motivación para los alumnos, se desarrollaron 4 plantillas gráficas de trabajo individual para cada una de las clases programadas, se crearon 3 “*post*” de trabajo colaborativo para el entendimiento del tipo de imagen. Finalmente, se redactaron 4 (cuatro) correos electrónicos con el resumen de la clase, la secuencia del trabajo y las indicaciones del trabajo a realizar.

Metas de producción: 01 grupo creado en la red social *Facebook* para compartir archivos de trabajo.

Fases y etapas del piloto.

Para la implementación del piloto de la propuesta de innovación educativa se consideraron cuatro fases agrupadas en siete etapas:

Tabla 5

Fases del piloto

Fases	Etapas	Actividad
PREPARACIÓN	1	Se seleccionaron cuatro sesiones de clases en las que se usaron la metodología del trabajo colaborativo a través de <i>Facebook</i> .
	2	Se elaboraron las plantillas gráficas para los cuatro temas seleccionados y se redactaron los textos para los correos (resumen de la clase, la secuencia del trabajo y las indicaciones del trabajo a realizar).
IMPLEMENTACIÓN	3	Se informó a los estudiantes sobre el proceso metodológico del curso y el nuevo enfoque didáctico del manejo grupal de <i>Facebook</i> .
	4	Se confeccionó el material de presentación para las cuatro sesiones presenciales de clases con casos de clientes reales.
EJECUCION	5	Se implementó las cuatro sesiones de clases en las que se usó la metodología de esta propuesta que implica los tres momentos por parte del docente y el alumno: En clase, fuera del salón de clases y en <i>Facebook</i> .
EVALUACIÓN	6	Se recopiló la información de todas las evidencias registradas, los resultados de los cuestionarios anónimos, las entrevistas a un grupo seleccionado de alumnos, los diálogos sostenidos y los trabajos realizados en el grupo cerrado de <i>Facebook</i> .
	7	Se preparó un informe de resultados con los siguientes insumos obtenidos: Encuesta anónimas para los alumnos de la clase, entrevista a profundidad de 5 alumnos, resultados de monitoreo de la segunda evaluación teórica a través del <i>Kahoot!</i> , captura de pantallas de las asesorías e imágenes de los trabajos alojados en <i>Facebook</i> .

Fuente: Elaboración propia

Unidades responsables del monitoreo y de la evaluación del piloto. El docente del curso fue el responsable de monitorear y evaluar el piloto de la propuesta de innovación educativa y obtuvo las siguientes evidencias de trabajo: resultados de los cuestionarios escritos, trabajos realizados con las plantillas gráficas propuestas, información para uso de *Facebook*, resultados de las

evaluación realizada con el aplicativo *Kahoot!*, así como informes, imágenes y fotografías de la implementación del proyecto.

Momentos en los que se realizó el monitoreo y la evaluación del piloto.

El piloto se desarrolló del martes 20 de agosto martes 10 de setiembre, en cuatro sesiones de clases de dos horas de duración cada una. Dichas sesiones se llevaron a cabo durante la primera, segunda, tercera y la cuarta semana del curso de Diseño Publicitario.

El monitoreo de la experiencia piloto se desarrolló del martes 20 de agosto martes 10 de setiembre en el mismo *Facebook* con las entregas parciales de los trabajos relacionados al tema de clase. Las herramientas que se usaron para hacer el seguimiento de la propuesta fueron el correcto llenado de las plantillas graficas usadas como insumo de trabajo y “subida” a los álbumes de fotos y las respuestas escritas de los alumnos a las preguntas de retroalimentación formuladas por el profesor sobre el trabajo investigado propio y del compañero.

La evaluación de la experiencia piloto se llevó a cabo al finalizar las cuatro sesiones con la entrega final de un trabajo relacionado al tema de marca escogido por el alumno y sustentado en los trabajos grupales desarrollados secuencial y colaborativamente con sus demás compañeros. Se utilizó una plantilla de calificación sumativa para evaluar el trabajo desarrollado y la participación activa. En esta plantilla se observó que los objetivos del plan piloto fueron logrados al implementar *Facebook* para el desarrollo de trabajos de investigación visual y creatividad gráfica con retroalimentación oportuna y seguimiento del alumno. También se realizó una evaluación teórica a través del aplicativo *Kahoot!*, así como encuestas anónimas de opinión y entrevistas grabadas.

2.2. Ejecución de la experiencia piloto.

Esta experiencia piloto se realizó a fin de recoger evidencias del desarrollo de las capacidades comunicacionales de investigación visual y creación de imágenes

de los estudiantes a través de *Facebook*, así como para recoger sus opiniones y sugerencias ante esta nueva metodología de enseñanza implementada en el curso de Diseño Publicitario.

2.2.1. Instrumentos que se usaron para recoger información.

Se utilizaron como instrumentos para recoger información: una evaluación virtual, encuestas anónimas, entrevistas grabadas e información gráfica a partir de los registros en *Facebook* bajo la modalidad de grupo cerrado.

Tabla 6
Recopilación de información

Instrumento	Herramienta	Acciones
<i>Facebook</i>	Post	Se tuvo información sobre cuantos y quienes revisaron los post con indicaciones del trabajo a realizar.
	Emoticones	Se tuvo una retroalimentación sobre el sentir de los alumnos por sus reacciones a través del uso de los emoticones para los "post" (resumen de la clase, la secuencia del trabajo y las indicaciones del trabajo a realizar).
	Comentarios	Se revisó el hilo de las conversaciones y participación de los alumnos.
	Etiquetas	Se dirigió la participación de los alumnos "etiquetándolos" en las diversas publicaciones.
	Comentarios	Se realizó un seguimiento personal por el tipo de respuesta que formularon.
	Publicar foto	Las plantillas de trabajo compartidas por el docente y completadas por los estudiantes fueron los instrumentos de medición del desempeño académico.
	Foto	En las plantillas de trabajo se observó la tarea realizada y el desarrollo de los ejercicios dirigidos.
	Publicaciones recientes	Se tuvo acceso al registro de los informes gráficos de investigación dirigido por el docente innovador y los compañeros "asesores".
<i>Kahoot!</i>	Álbum	Dentro de las carpetas creadas por <i>Facebook</i> , los estudiantes compartieron fotografías, imágenes y gráficos como evidencia del trabajo realizado.
	Evaluación virtual	Se monitoreo el dominio de la teoría para la correcta sustentación de los trabajos prácticos realizados.

Encuesta anónima	Ficha para desarrollar	Se llevó a cabo una encuesta anónima a 23 alumnos presentes para entender y medir cuantitativamente el impacto del uso pedagógico de <i>Facebook</i>
Entrevista grabada	Cuestionario de preguntas	Se realizó entrevistas a 5 alumnos seleccionados para entender y medir cualitativamente el impacto del uso pedagógico de <i>Facebook</i> .

Fuente: Elaboración propia

2.2.2. Actividades realizadas

La ejecución de la experiencia piloto implicó realizar actividades previas a la ejecución de la innovación académica, actividades programadas en el aula, así como aquellas que se realizaron fuera del aula en *Facebook*.

Actividades previas Para el diseño y la ejecución de la propuesta de innovación se realizaron 4 acciones previas: Investigar el manejo de los grupos cerrados en *Facebook*, la coordinación entre el profesor y los jefes de práctica responsables, reunión con el encargado del laboratorio de cómputo de la Facultad de Ciencias Artes y de la Comunicación (FCAC) y finalmente la compra de materiales para el desarrollo de la segunda sesión.

Cada acción se describe a continuación:

a.- Investigar y conocer el manejo y funcionamiento de los grupos "cerrados" en *Facebook* por parte del profesor: Se investigó de manera empírica la opción grupal en *Facebook* para conocer la modalidad del grupo, su estructura de comunicación, los espacios de diálogo, la administración del grupo por parte del profesor, el ingreso de los alumnos, la forma de publicación y las "reacciones" de los alumnos frente a un nuevo proyecto. Por la experiencia previa del docente innovador en el manejo de su cuenta de *Facebook* a nivel personal, se determinó que era conveniente crear una cuenta nueva con un perfil de docente.

b.- Coordinación entre el profesor y los jefes de práctica responsables: El curso de Diseño Publicitario está dividido en 16 semanas de clases. Cada semana

tiene 2 horas teóricas que son dictadas por el docente y 4 horas prácticas que son dictadas por dos jefes de prácticas. Los jefes de prácticas se caracterizan por ser ex alumnos de la facultad con dominio en el manejo de los programas *Adobe Photoshop* y *Adobe Illustrator* y experiencia laboral en proyectos de diseño. Sabiendo de la importancia de este proyecto y siguiendo las sugerencias recogidas de algunos alumnos en las encuestas de Opinión sobre Desempeño Docentes y Jefes de Práctica de ciclos pasados, el docente a cargo del curso decidió dictar adicionalmente las horas de prácticas para poder hacer seguimiento a la nueva dinámica del curso. Estas acciones ayudaron a descubrir diferentes puntos que influyen en el dictado de esta metodología y el seguimiento del desarrollo del piloto en la programación académica del 2019/2.

c.- Reunión con el encargado del laboratorio de cómputo de la Facultad de Ciencias Artes y de la Comunicación (FCAC) para conocer el reglamento y normas sobre el uso de programas ajenos a malla educativa. *Facebook* es considerado un aplicativo para el manejo de redes sociales y no una plataforma destinada a un uso pedagógico. Sin embargo, el encargado de laboratorio informó que fuera de los horarios de clases está permitido el uso de *Facebook* y otros programas de entretenimiento como "*YouTube*", "*Second Life*", entre otros programas "no académicos" y que son descargados con autorización previa. Se informó que las 25 computadoras del laboratorio ya tenían instalado *Facebook* y que los alumnos lo utilizaban en las horas que el laboratorio estaba libre.

d.- Compra de materiales: La compra de las muestras físicas de *Snacks* (Presentaciones individuales) para la clase de comunicación visual se realizó el día anterior en una bodega de barrio pues por su bajo costo y tamaño de exhibición, ya no es posible encontrarlas en los supermercados.

Recursos utilizados en las sesiones.

Recursos preparados por el docente:

- Plantillas gráficas de trabajo, mediante el cual el alumno investigará los conceptos teóricos de las diferentes clases.
- Correos electrónicos con el resumen de la clase, las indicaciones del trabajo a realizar y novedades de la clase.

Programas:

- *Adobe Illustrator*, software para crear las plantillas gráficas, mediante el cual el alumno investigara los conceptos teóricos de las diferentes clases.
- *Adobe Photoshop*, software para crear los post, mediante el cual se pretende transmitir los conceptos teóricos y ejemplos para los diferentes temas.

Red social y aplicativo:

- *Facebook*. Se usa como almacenamiento de los trabajos realizados y supervisión de las conversaciones y participación de los alumnos. Este aplicativo permite compartir los trabajos realizados, generando un trabajo colaborativo entre los estudiantes.

Plataforma:

- PAIDEA. Se usa como plataforma oficial de la universidad para el envío de los correos con el resumen de la clase, la plantilla de trabajo y las indicaciones del trabajo a realizar.

Recursos *hardware/software* de los estudiantes:

- Computadoras, laptop y teléfonos móviles.
- *Software: Adobe Illustrator y Adobe Photoshop.*

Rol del docente

- El docente del curso es quien organizó todas las fases del diseño e implementación del proyecto. Su labor implicó ser un *community manager* en el manejo del grupo cerrado de *Facebook*, generador de contenidos para alimentar el flujo de las clases presenciales y virtuales y asesor de las sugerencias, interrogantes y dudas de los alumnos.
- El docente en su nuevo rol acompañó a los estudiantes en las tareas de análisis y la aplicación de la teoría en las sesiones de clase. Tuvo un rol organizador en las tareas que los estudiantes realizaron durante las horas dentro y fuera de clase.

Podemos indicar las labores del docente en tres momentos:

Antes de la clase

- Creó el grupo “cerrado o privado” en *Facebook* e invitó a los estudiantes del curso a unirse al grupo.
- Desarrolló los gráficos de portada de grupo y los post de bienvenida utilizando el *software Adobe Illustrator*.
- Desarrolló las imágenes de portada de grupo y los post de bienvenida utilizando el *software Adobe Photoshop* en colores RGB y a 72 dpi.
- Creó la plantilla gráfica de trabajo semanal utilizando el *software Adobe Illustrator*.

Actividad en clase

- Después de pasar lista, se recordó la teoría y las actividades realizadas en la clase anterior y se explicó cómo se empalma con el tema que se verá a continuación.

- Se proyectó una presentación visual en PDF relacionado al temario del programa establecido y confeccionado con un caso de cliente real.
- Se aclaró conceptos y otras interrogantes relacionadas al tema.
- Se explica la tarea a realizar, el mecanismo de trabajo y la plantilla gráfica que se usará.

Actividad en Facebook

- Se colocó un post recordando el trabajo enviado por correo y se verificó cuantos alumnos y quienes lo han leído para hacerles un seguimiento.
- Se revisó los trabajos que subieron los alumnos y se le hicieron preguntas para ahondar la investigación o correcciones para mejorar el trabajo.
- Se asesoró a los estudiantes mediante el *chat* para revisar los conceptos o los ejercicios que no quedaron resueltos.

Rol del estudiante

Correspondió a los estudiantes asumir un rol activo en el desarrollo del curso.

Actividad en clase

- Los estudiantes revisaron la teoría previa y la asociaron a la nueva teoría. Recordaron las actividades realizadas en la clase anterior y entendieron cómo se relaciona con el tema de la semana.
- Los estudiantes observaron la presentación del caso e hicieron preguntas al respecto. Se aclaró dudas y otras interrogantes relacionadas al tema.
- Los estudiantes escucharon la tarea a realizar, el mecanismo de trabajo y la plantilla gráfica que se usó.

Actividad fuera del salón de clases

- Los estudiantes confeccionaron su collage de imágenes en el programa *Adobe Illustrator* con las herramientas aprendidas en las horas de práctica.
- Los estudiantes convirtieron su trabajo vectorial a un formato de imagen a través del programa *Adobe Photoshop* con las indicaciones dadas.

Actividad en Facebook

- Los estudiantes leyeron el post recordatorio del trabajo enviado por correo.
- Subieron al grupo de *Facebook* sus collages gráficos desarrollados con las plantillas enviadas por el profesor.
- Respondieron a las preguntas formuladas por el profesor para ahondar la investigación y/o realizaron las correcciones o modificaciones para mejorar el trabajo. Esta actividad fomenta el hábito del autoaprendizaje por parte de los estudiantes.
- Los estudiantes preguntaron mediante el *chat* sus dudas sobre los conceptos o los ejercicios que no quedaron resueltos.

2.3. Desarrollo de la experiencia piloto.

A partir de las actividades de planificación realizadas y considerando los recursos necesarios, se desarrollaron las siguientes sesiones:

Sesión 01: El poder de la imagen.

Sesión 02: Comunicación visual.

Sesión 03: El mensaje visual.

Sesión 04: Los códigos visuales y el consumidor.

2.3.1 SESION 1:

Tema: El poder de la imagen

Hora: Clase teórica 12:00 m a 2:00 pm

Participantes: Docente innovador y 25 alumnos de 25 matriculados.

Objetivos de la sesión:

Objetivo general:

- Presentación del curso y analizar la importancia de las marcas.

Objetivos específicos:

- Presentar el curso y la nueva metodología a seguir.
- Destacar la importancia del diseño en la creación de las marcas.
- Identificar cada uno de los componentes gráficos de una marca: logotipo, colores corporativos, tipografía y elementos gráficos, productos y texturas, locales y visuales.
- Conocer cada uno de los componentes gráficos de una marca para crear piezas gráficas corporativas.

Actividades previas

Antes de comenzar a aplicar el *Facebook* en los temas del curso, el docente realizó estas actividades:

Creó un grupo “cerrado o privado” en *Facebook* e invito a todos los estudiantes del curso a unirse al grupo. El nombre del grupo cerrado fue el nombre del curso con el año y semestre.

El docente creó los gráficos de imagen portada de grupo y los “*post*” motivadores de bienvenida a los integrantes del grupo.

Actividad en clase

Se impartió una clase sobre el uso del grupo cerrado de *Facebook*.

Se explicó la forma de convertir los archivos editables del programa *Adobe Illustrator* a un archivo de imagen para poder ser subido a *Facebook*.

Para el desarrollo de la clase correspondiente al tema sobre ‘El poder de la imagen’, se proyectó una presentación en PDF sobre marcas visuales y utilizó casos reales de su experiencia laboral con marcas nacionales e internacionales que fueron fácilmente reconocidas por los alumnos.

A través del diálogo, el docente analizó con los alumnos los elementos gráficos que conforman una marca y se hizo un listado en la pizarra: logotipo, colores, formas gráficas, texturas, productos, fachadas y locales.

Posteriormente el docente explicó la tarea a realizar y que servirá como material de trabajo para las sub siguientes clases y que será un insumo de trabajo para otro compañero. Las instrucciones explicadas en clase fueron enviadas por correo junto con la plantilla gráfica a trabajar y un resumen de la clase.

Actividad en *Facebook*

Los alumnos recibieron en sus correos las instrucciones para trabajar un collage visual sobre el tema revisado en clase. Las plantillas gráficas se trabajaron a manera de collage de imágenes que el alumno buscó, analizó y seleccionó de la web con los criterios explicados en clase.

La secuencia trabajada fue la recolección de información gráfica de una marca existente: logotipo, colores, formas gráficas, texturas, productos, fachadas y locales y la confección de un collage de imágenes.

Conforme los alumnos publicaron sus trabajos, el profesor comentó sus trabajos a manera de asesoría personal con preguntas y sugerencias para ampliar la investigación.

2.3.2. SESIÓN 2:

Tema: Comunicación visual.

Hora: Clase teórica 12:00 m a 2:00 pm

Participantes: Docente innovador y 23 alumnos de 25 matriculados (92%)*

Objetivos de la sesión:

Objetivo general:

- Analizar el proceso y los componentes de la Comunicación Visual.

Objetivos específicos:

- Conocer el proceso de la comunicación para lograr una comunicación efectiva.
- Identificar cada uno de los componentes de la Comunicación visual: El emisor, el público objetivo como receptor, la imagen mensaje, contexto del consumidor, los códigos gráficos y el canal visual.
- Conocer las partes de una imagen para crear piezas gráficas efectivas.
- Identificar cada uno de los componentes del mensaje visual: Fondo y forma.

Actividad en clase

Después de pasar lista, se revisó el correo enviado para recordar la teoría y las actividades realizadas en la clase anterior y se explicó cómo se empalma o concatena con el tema que se vio en clase.

Para el desarrollo de la clase correspondiente al tema sobre “Comunicación visual”, el docente ilustró y graficó en la pizarra el proceso de comunicación visual y utilizó empaques reales de *Snacks* del mercado nacional para que fueron fácilmente reconocibles por los alumnos por ser el público consumidor.

A través del diálogo, el docente analizó con los alumnos los componentes que conforman el proceso de la comunicación visual e hizo un gráfico de flujo en la pizarra y mencionó al emisor, receptor, mensaje, código, canal y contexto. También se revisaron los conceptos previos de la teoría de los signos y sus partes: significante y significado.

Posteriormente el docente explicó la tarea a realizar donde se utilizó como material de trabajo el collage realizado por un compañero. Las instrucciones explicadas en clase se enviaron por correo junto con el resumen de la clase y la plantilla gráfica para trabajar.

Actividad en Facebook

Los alumnos recibieron en sus correos la plantilla gráfica a trabajar sobre el tema revisado en clase. Los alumnos trabajaron en base al collage de marca desarrollado por un compañero y que encontraron a su disposición en la sección de fotos. La plantilla gráfica se trabajó a manera de collage de imágenes con los criterios explicados en clase.

La secuencia de trabajo fue la creación de un empaque de *snack* con la información gráfica de una marca existente: logotipo, colores, formas gráficas y texturas.

Conforme los alumnos subieron sus trabajos, el profesor corrigió sus trabajos a manera de asesoría personal preguntando y sugiriendo ampliar la investigación e involucró al compañero que realizó el primer collage (Tarea 1).

2.3.3. SESIÓN 3:

Tema: Los códigos visuales y el consumidor

Hora: Clase teórica 12:00 m a 2:00 pm

Participantes: Docente innovador y 23 alumnos de 25 matriculados (92%)*

Objetivos de la sesión:

Objetivo general:

- Analizar el proceso y los componentes del mensaje visual.

Objetivos específicos:

- Conocer el proceso de la comunicación para crear una imagen efectiva.
- Identificar los códigos gráficos en el contexto de comunicación.
- Identificar al consumidor en el contexto de comunicación.
- Identificar las partes de una imagen como un signo: "Significante y significado"
- Identificar cada uno de los componentes del mensaje visual: "Fondo y forma" para crear piezas gráficas efectivas.

Actividad en clase

Después de pasar lista, se revisó el correo enviado para recordar la teoría y las actividades realizadas en la clase anterior y se explicó cómo se empalma o concatena con el tema que se vio en clase.

Para el desarrollo de la clase correspondiente al tema sobre “Los códigos visuales y el consumidor”, el docente proyectó una presentación en PDF sobre el uso de los códigos visuales de acuerdo al segmento de mercado y utilizó casos reales de su experiencia laboral que fueron fácilmente reconocibles por los alumnos.

A través del diálogo exposición, el docente analizó con los alumnos las partes que conforman el mensaje visual: significante (forma) y significado (fondo) y como la gráfica se adapta al público que se dirigen.

Posteriormente el docente explicó la tarea a realizar y que sirvió como insumo de trabajo para las sub siguientes clases. Las instrucciones explicadas en clase se enviaron por correo junto con la plantilla gráfica a trabajar y un resumen de la clase.

Actividad en Facebook

Los alumnos recibieron en sus correos la plantilla gráfica a trabajar sobre el tema

revisado en clase. Los alumnos trabajaron en base al collage de empaque desarrollado por un compañero y que se encontraba a su disposición en la sección de fotos. La plantilla gráfica se trabajó a manera de collage de imágenes con los criterios explicados en clase.

La secuencia trabajada fue la creación de un concepto o significado (fondo) con la información gráfica o significativa (forma) del empaque de *snack* creado por el compañero.

Conforme los alumnos subieron sus trabajos, el profesor corrigió sus trabajos a manera de asesoría personal con preguntas y sugerencias para ampliar la investigación e involucró a los compañeros que realizaron el primer collage (Tarea 1) y el segundo collage (Tarea 2).

2.3.4. SESIÓN 4

Tema: Público objetivo.

Hora: Clase teórica 12:00 m a 2:00 pm

Participantes: Docente innovador y 19 alumnos de 25 matriculados (76%)*

Objetivos de la sesión:

Objetivo general:

- Enfocar al público objetivo como punto de partida del proceso creativo.

Objetivos específicos:

- Enfocar el proceso de comunicación en el receptor para lograr una comunicación efectiva.
- Identificar los códigos del público objetivo y su uso en la comunicación efectiva.

- Identificar el contexto del público objetivo y sus códigos de comunicación.
- Conocer la clasificación del público objetivo por segmento de edad.

Actividad en clase

Después de pasar lista, se revisó el correo enviado para recordar la teoría y las actividades realizadas en la clase anterior y se explicó cómo se empalma o concatena con el tema que se vio en clase.

* Se acordó en la primera clase que el profesor pasará lista a los 12:15 pm. Todo ingreso después de esa hora será considerada una falta.

Para el desarrollo de la clase correspondiente al tema sobre “Público objetivo, el docente proyectó una presentación en PDF sobre segmentación del mercado de una conocida marca global que fueron fácilmente reconocibles por los alumnos.

Posteriormente el docente explicó la tarea a realizar y que servirá como material de trabajo para el trabajo del examen parcial. Las instrucciones explicadas en clase serán enviadas por correo junto con la plantilla gráfica a trabajar y un resumen de la clase.

Actividad en Facebook

Los alumnos recibirán en sus correos la plantilla gráfica a trabajar en miras al trabajo del examen parcial: la creación de un logotipo personal. Las plantillas gráficas se trabajarán a manera de collage de imágenes personales que el alumno debe buscar, analizar y seleccionar entre sus pertenencias.

La secuencia a trabajar es la creación de un collage personal a través de fotografía, hobbies, marcas que consumen, imágenes, gráficos, personajes, tipo de música, deportes y/o frases.

2.4. Monitoreo y evaluación

A lo largo de la experiencia piloto, se recogieron evidencias del desempeño académico de los 25 estudiantes del curso. Así también se recogió la opinión de los estudiantes, es decir su apreciación acerca de la nueva metodología de enseñanza utilizada.

Todo proyecto o propuesta requiere de monitoreo y evaluación según Bobadilla (2005). El monitoreo se realizó después de la propuesta. Las encuestas de evaluación se realizaron en dos momentos, una encuesta de expectativas al comienzo del ciclo junto con la evaluación teórica de ingreso y la otra anónima con la elección del nuevo enfoque del curso. Además de realizar entrevistas.

El docente encargado del curso tuvo la doble función de monitorear y evaluar la propuesta. También se encargó de elaborar las conclusiones de la innovación académica y las recomendaciones para mejorar la propuesta.

Con el monitoreo se recogió toda evidencia del desarrollo de la programación realizada por el docente innovador. Para ello se contó con todas las evidencias registradas como los trabajos desarrollados por los estudiantes, los resultados de la prueba de ingreso y expectativas, las encuestas anónimas de evaluación a la innovación académica y toda la secuencia ordenada de trabajos alojados en el grupo cerrado de *Facebook*.

El objetivo del monitoreo fue hacer un seguimiento del desempeño de los estudiantes en *Facebook* y se verificó su participación activa y colaborativa en los temas propuestos, así como el grado de satisfacción de los estudiantes por la metodología empleada.

Con el monitoreo también se pudo identificar algunas contingencias presentadas

en el plan piloto y para ello se planteó algunas estrategias para resolverlo.

Se menciona en primer lugar a un alumno que no quería participar del grupo cerrado de *Facebook* y se le explicó personalmente sobre las bondades de la nueva metodología y las razones pedagógicas para su implementación.

La segunda sesión quedó corta porque el docente se tomó más tiempo en volver a explicar la teoría olvidada por los alumnos, sin embargo, las exposiciones pendientes fueron llevadas a *Facebook* donde se trabajaron en grupo y fueron compartidos con la clase.

En la tercera sesión el profesor observó que los alumnos estaban confundidos en la clasificación de imágenes (gráficos, ilustración o fotográficas) por lo que implementó un trabajo colaborativo en *Facebook* a manera de ejercicio y modificó luego una de las plantillas gráficas a presentar como tarea para verificar la comprensión de los conceptos.

Por otro lado, es importante mencionar que esta innovación demandó mayor tiempo de dedicación al dictado del curso por el seguimiento a los alumnos y sus trabajos. En la tercera semana, el jefe de práctica mencionó que sus responsabilidades familiares y laborales no le permitían disponer de más tiempo que las asignadas a las clases presenciales por lo que el docente responsable de la innovación tuvo que asumir la conducción total del grupo cerrado provocando en los alumnos un descontento con respecto a la participación del jefe de práctica en el grupo cerrado de *Facebook*.

Tabla 7

Actividades de monitoreo y evaluación.

Tipo de actividad	Momento y espacio de realización	Acciones realizadas
Evaluación	Primera evaluación teórica (Primera clase)	Evaluación de conocimientos previos de la "Teoría de la comunicación" a través de una ficha para completar y recolección de expectativas sobre el curso.

Monitoreo	Segunda evaluación teórica* (Después de cuarta clase)	Monitoreo de los conocimientos previos aplicados a la “Comunicación visual” a través de una <i>app</i> de <i>gamificación</i> .
Monitoreo	Aplicación <i>Facebook</i> (Todas las clases)	Monitoreo de las conversaciones de los alumnos para medir la participación e interés en los trabajos y la realización óptima de los trabajos.
Evaluación	Aplicación <i>Facebook</i> (Todas las clases)	Evaluación de las plantillas de trabajo compartidas por el docente y completadas por los estudiantes serán los instrumentos de medición del desempeño académico.
Evaluación	Encuesta escrita (Después cuarta clase)	Evaluación de las encuestas anónimas para entender y medir cuantitativamente el impacto del uso pedagógico de <i>Facebook</i> .
Evaluación	Entrevista grabada (Después cuarta clase)	Evaluación de las entrevistas a alumnos seleccionados para entender y medir cualitativamente el efecto del uso pedagógico de <i>Facebook</i> .

Fuente: Elaboración propia

Se recogió información sobre el desempeño académico de los estudiantes mediante aplicación de evaluaciones y se recogió sus opiniones mediante la aplicación de encuestas anónimas y entrevistas dirigidas

2.4.1. Evaluación inicial

La evaluación inicial se elaboró según los conocimientos recibidos en los cursos obligatorios de quinto ciclo: Teorías de la Comunicación y Comunicación y Medios Digitales (y se aplicó durante primera clase del curso (Anexo 1). Con ella, se pudo recoger información de los estudiantes respecto a sus conocimientos previos y se logró recibir la respuesta de los 25 matriculados en el curso.

La evaluación se realizó a través de un formato impreso que constó de cinco partes. La primera parte era para enumerar los componentes de la comunicación visual y la segunda parte era para identificarlos dentro de casos concretos. La tercera parte de la evaluación era mencionar las partes de un mensaje y en la

cuarta parte era identificarlos. Finalmente, se les solicitaba escribir sus expectativas con respecto al curso de Diseño publicitario.

2.4.2. Segunda evaluación

La segunda evaluación teórica de monitoreo se realizó a través de la aplicación *Kahoot!* bajo la modalidad de "*gamificación*" y se aplicó en cuarta semana del curso. Con ella, se pudo recoger información de los estudiantes respecto a la aplicación de sus conocimientos adquiridos y se logró recibir la respuesta de 24 alumnos de los 25 matriculados en el curso.

2.4.3. Encuesta anónima

Mediante correo electrónico, se invitó a los estudiantes a participar de una encuesta anónima escrita usando una ficha impresa (Anexo 2). Este mensaje de correo electrónico se envió luego de haber culminado el plan piloto.

La encuesta se elaboró según las actividades realizadas y se aplicó durante la fase virtual y presencial del curso. Con ella, se han podido recoger ciertas apreciaciones personales de los estudiantes respecto a la metodología que se usó. Se logró recibir la respuesta de 23 estudiantes de 25 matriculados en el curso.

La encuesta anónima se realizó a través de un formato impreso que constó de cuatro partes. La primera parte era para marcar 4 opciones sobre un tema de interés para re direccionar el curso, la segunda parte era para opinar sobre la metodología empleada (*Blended*) y sobre la secuencia de la metodología. La tercera parte de la encuesta se refería al uso de la red social *Facebook* para aprendizaje colaborativo y se buscaba la opinión sobre el *Facebook* como plataforma educativa, como plataforma de aprendizaje visual, como plataforma de diálogo y sus opiniones y sugerencias para el mejorado del dictado de clases. Finalmente, se les consultó si se estaban cumpliendo sus expectativas con respecto al curso de Diseño publicitario.

2.4.4. Entrevista dirigida

Asimismo, se invitó a un grupo de estudiantes para realizar una entrevista grabada a fin de recoger la apreciación que tienen respecto de la metodología usada en el desarrollo del curso y también para que aportarán sugerencias y recomendaciones. Las entrevistas se realizaron fuera de la hora de clase.

La entrevista dirigida (Anexo 3) se realizó a un total de cinco estudiantes, quienes acudieron a la invitación realizada por el docente para responder al cuestionario preparado. Dos de los estudiantes fueron elegidos debido a que presentaban buenas calificaciones en el curso, otros dos estudiantes debido a que presentaban calificaciones promedio en el curso y uno presentaba bajas calificaciones hasta el momento en que se realizó el piloto. Se tiene un reporte resumen de sus respuestas. Los estudiantes firmaron el documento "Protocolo de consentimiento informado para participantes" como autorización escrita para poder realizar la grabación del audio de estas entrevistas.

2.5 Resultados obtenidos

A partir de la información obtenida de *Facebook*, así como de las plantillas de trabajo y de las calificaciones de las evaluaciones teóricas, facilitadas por el docente del curso, se llegaron a resultados interesantes. Para ello se realizó capturas de imagen de los trabajos desarrollados por los estudiantes, se tomaron fotografías del desarrollo de las clases y se elaboró un cuadro comparativo de las calificaciones de las evaluaciones teóricas, las que se trabajaron en la primera clase a través de una ficha impresa y la evaluación virtual posterior al piloto a través del aplicativo *Kahoot!*.

Las necesidades que se buscaron solucionar en esta propuesta de innovación a través del uso de *Facebook*, fueron fortalecer el proceso enseñanza-aprendizaje,

desempeño académico, y el trabajo colaborativo. Abúndez *et al.* (2015) consideran que la estrategia didáctica con la que el docente quiere facilitar los aprendizajes de sus estudiantes, debe estar integrada con una serie de actividades que contemplen la interacción de los alumnos con los contenidos propuestos. La estrategia didáctica del docente debe dar a los estudiantes: motivación, información y orientación para realizar sus aprendizajes.

El *Facebook* como herramienta de aprendizaje también se convierte en una vía de comunicación y conexión inmediata para estar en contacto. Gómez-Hurtado *et al.* (2018) destacan el tema de la comunicación efectiva entre el docente y sus alumnos, así como entre los mismos compañeros de clase para informarse de las actividades programadas, del seguimiento de proyectos y/o trabajos grupales.

2.5.1. Resultados académicos

En el área académica, los estudiantes evidenciaron un rol activo en su proceso de aprendizaje, en lugar de un rol y actitud pasiva cuando se aplica el dictado tradicional de la clase magistral. Mediante la exposición/diálogo y la realización de tareas programadas para trabajar fuera de las horas de clase, se mejoró el desempeño académico. La información registrada a través de los trabajos publicados evidencia de que los estudiantes han revisado y han seguido las indicaciones de las asesorías. Las calificaciones aprobatorias de la segunda evaluación mostraron que han llegado a entender los conceptos presentados y aplicarlos correctamente en una situación específica.

Tabla 8

Resultados pruebas de evaluación teórica

Aprobados vs desaprobados



Promedio de notas



Fuente: Elaboración propia, con información de calificaciones del docente

A partir de los resultados obtenidos, observamos que el porcentaje de alumnos desaprobados disminuyó considerablemente de un 56 % a un 8 %, y que la cantidad de respuestas correctas se elevó. Esto evidencia que la participación activa en *Facebook* refuerza el conocimiento.



Figura 1. Plantilla de trabajo "Tarea 1" realizado por alumno A. Fuente: Facebook

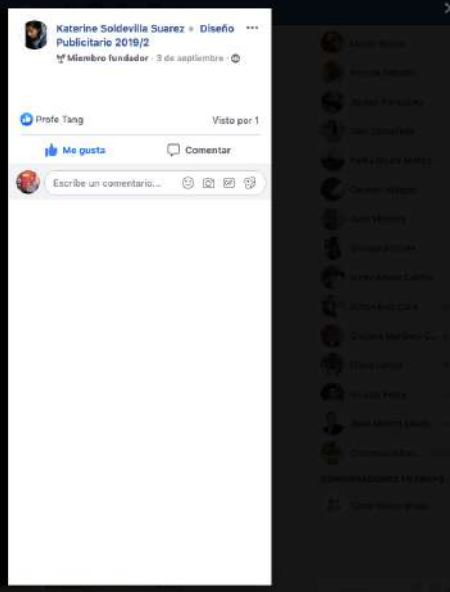


Figura 2. Plantilla de trabajo "Tarea 2" realizado por alumno B con insumos de "Tarea 1" realizado por alumno A. Fuente: Facebook



Figura 3. Plantilla de trabajo "Tarea 3" realizado por alumno C con insumos de "Tarea 2" realizado por alumno B. Fuente: Facebook

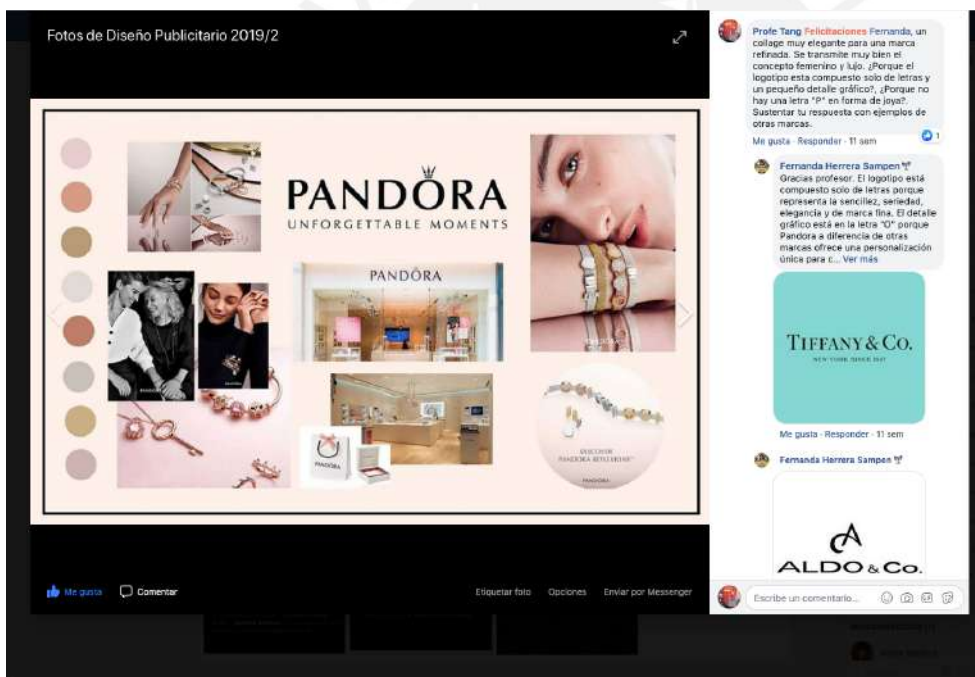


Figura 4. Participación de los estudiantes en los comentarios de las publicaciones. Fuente: Facebook

A través de las hojas de trabajo, como las que se muestra en las figuras 1, 2 y 3, se evidencia el trabajo activo y colaborativo en Facebook. Asimismo, en estas plantillas de trabajo alojadas en el Facebook el docente puede verificar la lectura del comentario por parte del alumno como también del total de la clase. También

se puede observar el historial de revisiones a fin de comprobar la participación del alumno en el tiempo estipulado y si algún compañero ha considerado la información como relevante. En la figura 4 se puede apreciar el desarrollo de las diferentes preguntas que el docente le planteó al alumno para profundizar su investigación.

2.5.2. Resultados uso del recurso tecnológico.

A partir del resumen obtenido por la herramienta *GryTics* para análisis estadísticos de grupos de *Facebook*, se ha encontrado que un alto número de estudiantes reaccionan a las publicaciones en *Facebook*. En las reacciones referente a las publicaciones, un 96,7 % de estudiantes del curso lo toman en cuenta; un 83,52 % reaccionan a las publicaciones activando un "emotición" de reacción y un 87,91% comentan las publicaciones

Asimismo, se observa un alto porcentaje de estudiantes que participó en las actividades programadas para el trabajo en el aula usando *Facebook*, y que demostraron capacidad en el manejo de esta herramienta tecnológica, así como en las publicaciones, comentarios y reacciones.

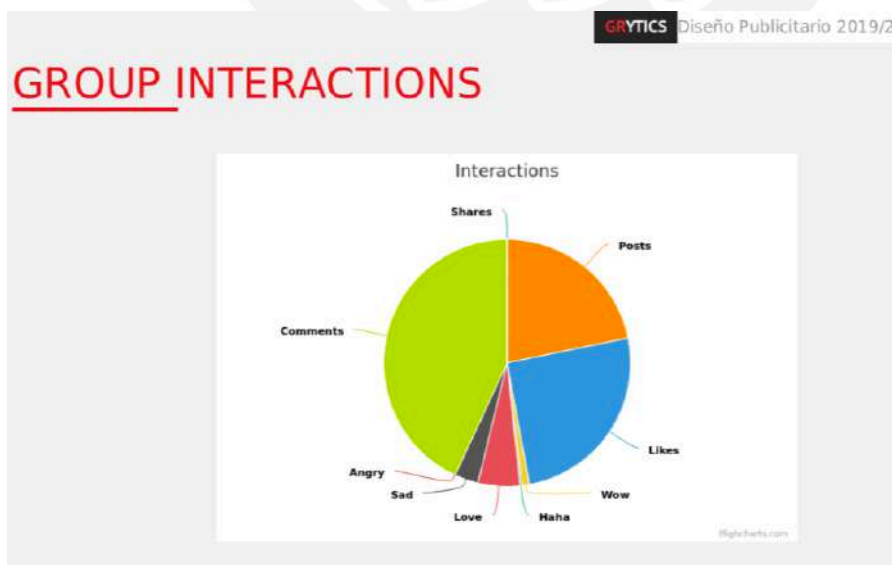


Figura 5. Participación de los estudiantes en el *Facebook*. Fuente: *GryTics*

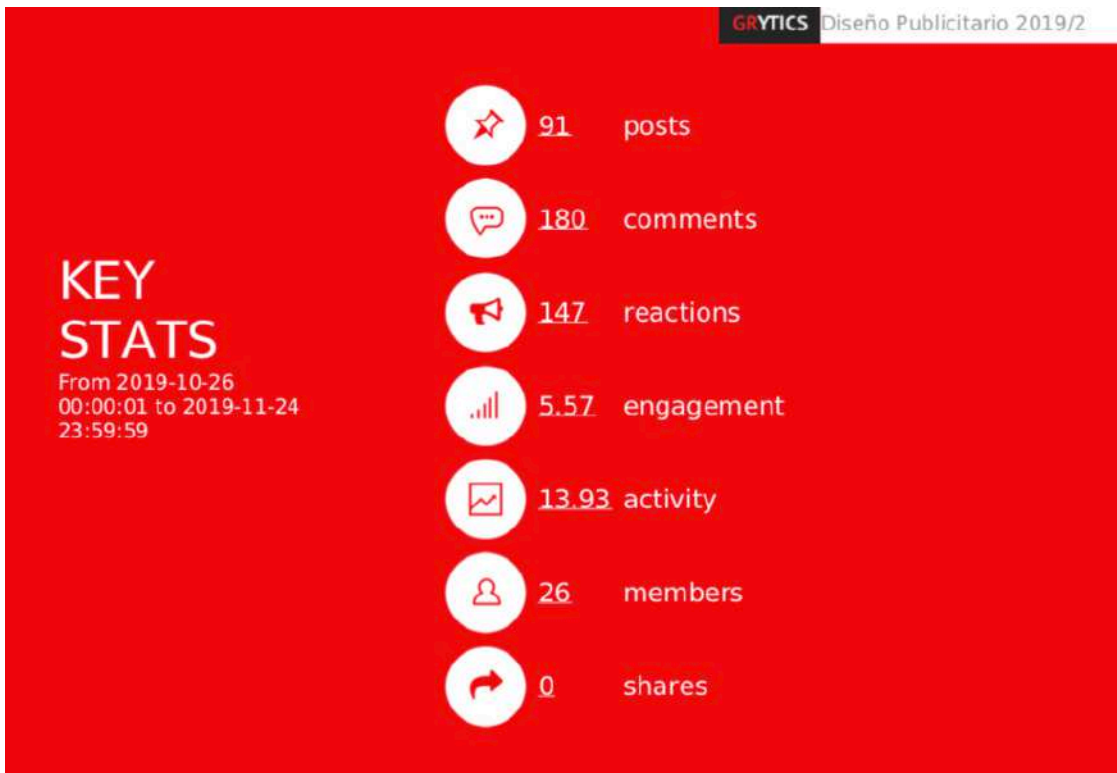


Figura 6. Participación de los estudiantes en las publicaciones. Fuente: *GryTics*

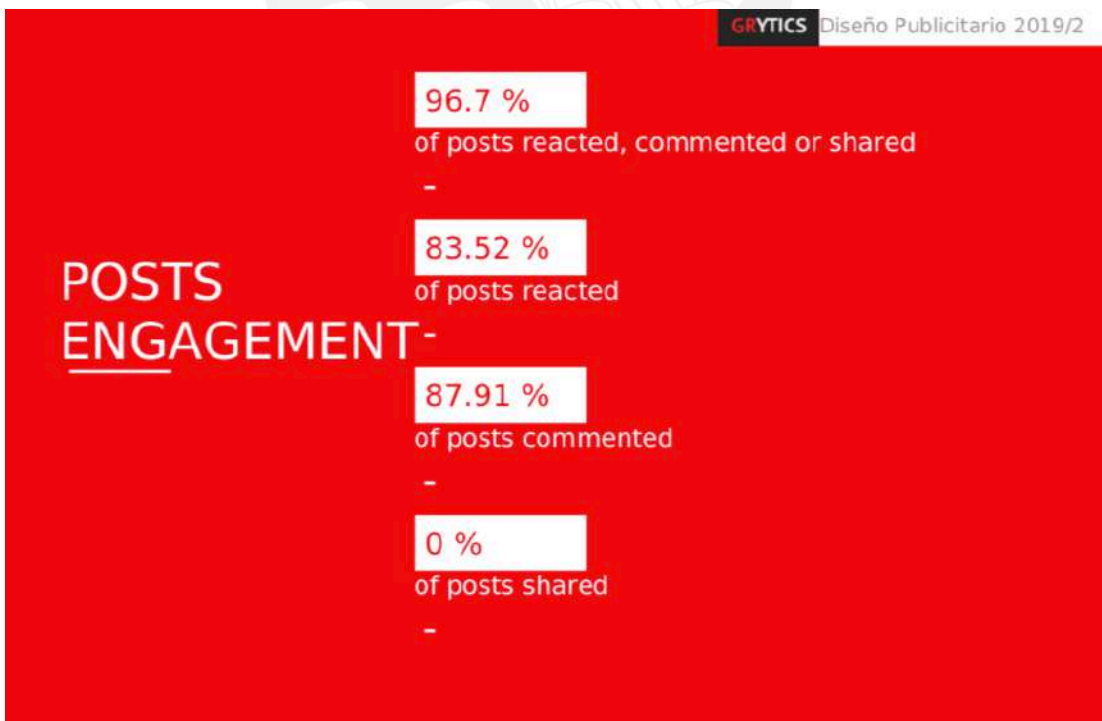


Figura 7. Participación de los estudiantes en las publicaciones. Fuente: *GryTics*

2.5.3. Resultados de la encuesta anónima sobre el uso de *Facebook* en el curso de Diseño Publicitario

Al finalizar los exámenes parciales, se realizó una encuesta entre los alumnos con el objetivo de escoger el tema de interés general para desarrollar en la segunda mitad del ciclo y también para conocer sus opiniones y sugerencias sobre la nueva metodología utilizada.

La encuesta anónima para desarrollar estaba dividida en cuatro partes: una primera parte para marcar el tema de interés personal para desarrollar en la segunda parte del ciclo, una segunda parte donde se solicitaba la opinión sobre la metodología empleada en el curso Diseño Publicitario 2019/2 y específicamente sus opiniones sobre el curso *blended* (presencial y virtual) y el uso de las plantillas como material de estudio. Una tercera parte de la encuesta incluye ítems relacionados a *Facebook* como espacio de diálogo y aprendizaje visual. También recoge opiniones y sugerencias para la mejora del curso y su evaluación del curso hasta ese momento (mitad del ciclo).

Se optó por una encuesta anónima y voluntaria para permitir que los alumnos emitan sus opiniones sin temor. La encuesta fue aplicada a los 23 alumnos que asistieron ese día a la clase teórica.

2.5.3.1. Tema de interés.

Del total de los 23 alumnos encuestados, 14 alumnos (61%) demostraron interés en profundizar el tema de "Identidad Corporativa", 6 alumnos (26%) querían continuar con el tema de "Comunicación visual", a un alumno le (4%) le gusto el tema de "Tipografía" y dos alumnos (9%) mencionaron su interés en otros temas como: " Diseño 3D, móvil, imágenes abstractas y diseño turístico - ecológico".

2.5.3.2. Metodología *Blended*

Sobre la base de los resultados obtenidos, podemos precisar que el total de los

estudiantes (100%) se muestran conformes con el uso de *Facebook* como espacio educativo y de extensión a las horas presenciales por la falta de tiempo para las asesorías personales y revisión de los trabajos en clase. Desde el aspecto didáctico, los alumnos destacan el acompañamiento del docente fuera de las horas de clase, la participación de los compañeros y que el curso se vuelve más dinámico e interactivo. Podemos concluir que el *Facebook* ha cumplido su función como recurso de aprendizaje para un curso con metodología *Blended*.

Es la primera vez que lo empleo (Facebook) como plataforma educativa útil. Esto ya que refuerza y complementa lo aprendido en clase. Además, la participación activa del profesor en el grupo de estudio también fomenta y acompaña nuestro aprendizaje grupal y autónomo. (ENC23).

Ayuda mucho a complementar la aprendido, facilita el feedback y hace el curso mas divertido. Asimismo, uno puede ver el avance de sus compañeros. (ENC16).

2.5.3.3. Proceso metodológico

Según los resultados de la encuesta, el 96 % de los estudiantes mencionan que la resolución de ejercicios secuenciados aportó a su proceso de aprendizaje. Desde el aspecto didáctico, la presentación de los temas ha sido comprensible, aunque siempre existe una posibilidad de mejora en la preparación del material de estudio y su posterior evaluación.

Los trabajos subidos al grupo cerrado de *Facebook* quedan como evidencias registradas y muestran el camino recorrido. Rodríguez (2013) detalla que puede ser el desarrollo de una competencia, la realización de un proyecto, el desempeño profesional a lo largo del tiempo u otro tipo de objetivos predeterminado.

Podemos, por lo tanto, afirmar que aquellas actividades programadas y ordenadas que propician la participación activa del estudiante mejoran su proceso de aprendizaje.

Las siguientes afirmaciones son de los estudiantes:

Son tareas concatenadas progresivamente, lo que hace que todos sigamos un hilo conductor sin perdernos a lo largo de las clases. Además, son tareas sencillas, no muy demandantes y divertidas de hacer. (ENC23).

Me gusta que una tarea lleve a otra, pues refuerza el aprendizaje y nos ayuda a comprender mejor el proceso del diseño. (ENC18).

La presentación de las tareas como secuencia de la clase me pareció muy apropiado y la presentación a través de Facebook permitió que todos veamos en conjunto el desarrollo del grupo. (ENC09).

2.5.3.4. Facebook como recurso educativo.

La totalidad de los estudiantes encuestados (100%) concuerdan que *Facebook* funciona como un recurso educativo de fácil acceso y que está integrado a su quehacer diario.

Túñez y Sixto (2011) proponen el uso de *Facebook* como recurso o instrumento didáctico para el aprendizaje colaborativo en la educación universitaria porque no hay la necesidad de una inducción previa ya que todos los participantes, tanto el docente como sus alumnos, saben utilizar o tienen acceso al aplicativo. También porque promueve la comunicación de manera bidireccional porque tanto el profesor como los estudiantes se sitúan en el mismo espacio.

Los estudiantes encuestados concuerdan también que el *Facebook* provee un ambiente para el trabajo colaborativo, mejora la calidad del aprendizaje. Se vuelve a destacar la presencia constante del docente como asesor y de los compañeros que aportan comentarios. Estos comentarios sobre el uso de *Facebook* permiten lograr: autoaprendizaje y aprendizaje colaborativo. Estos resultados coinciden con el estudio realizado por Abúndez *et al.* en 2015 que mencionan el uso de la tecnología celular y mencionan que existe un fuerte vínculo de comunicación entre el docente y los alumnos a través de *Facebook* y que permite consultar el tema de estudio de forma colaborativa y constructiva.

Se presentan aquí algunos comentarios sobre los beneficios encontrados por los estudiantes:

Complementa y hace interactivo el curso. (ENC21).

Permite que todos los alumnos tengamos un progreso conjunto y permite tener feedback del profesor y otros compañeros de clase. (ENC09).

Es mucho mejor y más rápido usar Facebook a las plataformas educativas como Paidea o el campus. (ENC01).

2.5.3.5. Facebook como herramienta de aprendizaje visual

Según los resultados de la encuesta, la totalidad de alumnos que respondieron a esta pregunta (100%) concuerda que la ventaja de *Facebook* sobre otras plataformas educativas radica en el manejo y almacenamiento de las imágenes. Los alumnos afirman que la visualización de los ejercicios realizados por ellos mismos y de los compañeros en la galería de imágenes aporta a su proceso de aprendizaje. Afirman que con el registro de los trabajos realizados se pueden revisar los conceptos en cualquier momento de manera repetida y que éstos favorecen su aprendizaje. Sin embargo, algunos alumnos mencionan que se debe mejorar el orden de las publicaciones.

Es interesante y productivo el utilizar esta herramienta ya que nos permite identificar los códigos de manera mas directa. (ENC23)

Muy conveniente debido a la facilidad para compartir imágenes y ver la de nuestros compañeros. (ENC16).

Es de mucha ayuda, estimula bastante los sentidos y es mucho mas fácil su uso para subir y cargar imágenes o el contenido necesario. (ENC01).

Los comentarios de los alumnos coinciden con Romero y Crisol (2011) quienes describen que los portafolios evidencian cómo se van produciendo los procesos de enseñanza y aprendizaje. Son los mismos estudiantes que reflexionan en los diferentes momentos del proceso y "definen", "inventan" y "estructuran" sus propios caminos y conclusiones.

2.5.3.6. Facebook como espacio de diálogo

Son muy variadas las respuestas desarrolladas a la pregunta de utilizar el *Facebook* como un espacio de diálogo. Sin embargo, el total de las respuestas (100%) evidencia que los alumnos son conscientes de que el aplicativo "*Facebook*" esta abierto a generar canales de comunicación a través de las publicaciones mismas, las reacciones a lo publicado, las ventanas para los comentarios y la opción a respuestas.

Si bien hay reacciones como "me gusta", "me encanta", "me enfurece", etc. esto ayuda a que podamos ver el trabajo de otro y tener una comunicación mas rápida con el profesor. (ENC12).

Mucho más directo que a través de correos, por ejemplo para las asesorías y feedback de los trabajos. (ENC13).

Rápida y eficiente, comunicación horizontal con el profesor, que además aprovecha muy bien la plataforma, estando siempre presto a responder. (ENC16).

En el desarrollo de la experiencia piloto, se comprobó que el docente requiere de horas extras de trabajo para poder realizar un *feedback* a cada uno de los trabajos subidos a *Facebook* además de un horario especial para las asesorías personales. Por otra parte, hay una percepción del docente " virtual " dispuesto siempre a esclarecer dudas y promover la interacción con los demás compañeros. Muchos alumnos mencionaron que el docente precisa dedicar mayor tiempo de asesoría y de forma más ordenada. Los estudiantes afirman que la presencia del docente es importante para responder a sus inquietudes e interrogantes.

2.5.3.7. Opiniones y sugerencias

En esta pregunta se recogen opiniones validas y sugerencias de los alumnos que deberán de ser tomadas en cuenta para la mejora del curso en un futuro.

Básicamente las sugerencias están divididas en tres aspectos: el comunicacional, el organizativo y el didáctico. Desde el aspecto comunicacional, hay que asegurarse de que todos los trabajos de los alumnos tengan una retroalimentación al igual que los tiempos de respuesta en las asesorías a los alumnos. También fomentar el diálogo entre pares a través del debate. Desde el aspecto organizativo, la presentación de los trabajos ha sido desordenada y se podrá mejorar a través del uso de carpetas de trabajos por temas.

En el aspecto didáctico, los alumnos percibieron una descoordinación entre el docente encargado del curso y de la innovación académica con el jefe de prácticas del curso. Los alumnos reclaman la participación del jefe de prácticas en *Facebook*. El jefe de prácticas comentó al docente que lamentablemente no podría participar de la innovación académica al no estar involucrada en el tema ni contar con el tiempo extra necesario que demanda la estructura de un curso *blended*.

Un alumno mencionó escuetamente:

El curso es innovador pero necesita mejorar. (ENC05).

2.5.3.8. Evaluación del aprendizaje y expectativas del curso.

Al momento de realizarse la encuesta (mitad del ciclo), la totalidad de los alumnos encuestados (100%) respondieron afirmativamente y se mostraron satisfechos.

Con la ayuda de la plataforma virtual y la interacción entre el profesor y el alumnado se crea una atmosfera dinámica y se aprende además el concepto básico para una buena campaña comunicacional. (ENC23).

Ahora tengo un proceso creativo antes de emprender cualquier proyecto. (ENC13).

Si se cumplen mis expectativas. Me agrada la metodología ya que te enseña de puntos básicos que son necesarios para realizar un proyecto más grande. (ENC12).

El curso es diverso y cumple un proceso organizado y metodológico para llegar a la realización. (ENC13).

He aprendido cosas nuevas, sin embargo, se necesita más tiempo para el desarrollo de trabajos, así siento que se consolida mejor el conocimiento. (ENC05).

2.5.4. Resultados de las entrevistas sobre el uso de *Facebook* en el curso de Diseño Publicitario

2.5.4.1. Opinión sobre la metodología *Blended*.

Los estudiantes entrevistados coinciden en que el uso de *Facebook* en el curso de Diseño Publicitario ha extendido las horas de clase presencial y han podido profundizar sus conocimientos. Es novedoso para ellos por la presencia constante del profesor en el grupo de trabajo y el poder acceder a sus trabajos personales y a los trabajos de todos los compañeros del curso. Este acceso ayuda a visualizar el proceso y avance personal frente al curso y el de toda la clase con respecto a un tema específico. El acceso a esta información se puede realizar en cualquier momento desde la casa o la universidad y desde cualquier tipo de dispositivo.

Se presentan aquí algunos comentarios de los estudiantes sobre la metodología empleada:

*En este caso me parece interesante porque es de hecho el primer curso de la facultad que tengo con el uso de *Facebook* si bien antes mucho los alumnos mismo creamos el grupo para darnos consultas en sí el profesor nunca está. Pero en este caso ya que el *Facebook*, ósea tiene un grupo, estamos todos los estudiantes y aparte también está el profesor dándonos feedback creo que es algo rescatable porque tenemos una mayor opinión. (ENT01).*

Por otra parte creo que hace que la relación entre el alumno y el profesor se haga más cercana y entonces el profesor ya no es una especie de profesor que está todo el tiempo hablándote desde un pupitre, sino que es alguien que siempre va a estar ahí digamos, cada vez que subes un trabajo. Entonces por

esa parte creo que lo virtual, sí ha ayudado. (ENT02).

Si bien es un poquito más de trabajo porque tienes que crearlo, subirlo a tiempo y tratar de organizarte bien en ese sentido, siento que sí ayuda porque puedes ver no sólo tu propio avance sino el avance de los demás y hacer un recuento del proceso entonces, yo personalmente pienso que es una herramienta útil, incluso necesaria para que el aprendizaje sea completo..... Aparte que hay una comunicación directa, entonces este, no tienes que esperar por ejemplo a mandar un correo y no sé pues que se traspapela o que se demoré en responder o tu mismo te olvidas de contestar, entonces es como que Facebook lo usas todo el tiempo y ya estás acostumbrado a la plataforma. (ENT03).

En la clase prácticamente el tiempo corre muy rápido y no tenemos tiempo de conversar con usted (el profesor) a veces, pero a través de Facebook sí, ayudó bastante o también cuando estuvimos desarrollando el alfabeto y usted nos daba el feedback o ponía el kiosco a esa hora, yo respondía en ese momento, sí. Yo siento que ayudó bastante porque sino el tiempo no hubiera alcanzado en las clases para hacer todo lo que queríamos hacer. (ENT05).

Actividades en clase.

Los estudiantes destacan que las actividades realizadas durante las horas de clase guardan relación con la teoría revisada, y estas se ven reforzadas con el trabajo a realizar posteriormente. Los alumnos reconocen que las presentaciones del tema elaboradas con casos reales de la experiencia profesional del docente y presentados visualmente de forma clara y didáctica logran buenos resultados de aprendizaje en el alumno. Se destaca la gran diferencia de llegar a clase con una preparación previa y de llegar sin preparación alguna (tal como sucede en una clase tradicional). Llegar con conocimientos previos permite a los estudiantes plantear sus dudas e inquietudes sobre el tema al docente. Los cinco estudiantes entrevistados afirman que se refuerza mejor las horas de clase teóricas con este tipo de presentaciones.

Actividades en Facebook . Los estudiantes destacan que las actividades durante las horas de clase se ven reforzadas con el trabajo a realizar posteriormente: la revisión de la teoría, los nuevos conceptos, y la aplicación de

los casos reales en la implementación de proyectos de trabajo colaborativo.

En las clases teóricas nos enseña más a cómo darle sentido a lo que estamos haciendo porque sino sería hacerlo como por encargo, pero con lo teórico le estamos dando un trasfondo que nos va a servir también de experiencia. (ENT05).

2.5.4.2. Opinión sobre el proceso metodológico

Los cinco estudiantes entrevistados coinciden que esta nueva metodología implica dedicarle más tiempo, esfuerzo y dedicación al curso pero que les ayuda a reforzar su aprendizaje. Destacan el acompañamiento del docente y la participación de los compañeros en el grupo como también la secuencia de los trabajos realizados que están concatenados y que guardan relación entre ellos. No son trabajos aislados sino que sirven de insumo para la próxima tarea. Dos alumnos comentan:

Pero en lo que tiene que ver con los conceptos del curso creo que si sirve para poder estar siempre revisando lo que habíamos visto sin dejarlo como en desuso y que como, ósea van concatenando entonces no es que terminas un tema y arrancas con otro sino que vas como una bola de nieve que pones una pequeña fichita, el inicio y luego se va haciendo, va arrastrando todo más y termina pues una suma de todo al final. Yo creo que está bien. (ENT04).

Si yo creo que sirvió bastante porque lo ibas acumulando y al final todos tenía que ver, ósea en el momento tal vez no me di cuenta pero cuando armé el examen parcial, a la hora de redactarlo si siento que todo se relacionaba entre sí, como que era una escalerita que te iba ayudando a llegar a algo más. (ENT05).

2.5.4.3. Opinión sobre Facebook como recurso educativo .

Los estudiantes entrevistados concuerdan que Facebook es un aplicativo de fácil acceso y que está integrado a su quehacer diario. Facebook provee un ambiente para el trabajo colaborativo, mejora la calidad del aprendizaje. Vuelven a destacar la presencia del docente como asesor. Estos comentarios van en concordancia con lo que Facebook permite lograr: autoaprendizaje y aprendizaje colaborativo.

Si yo siento que si, porque en la clase prácticamente el tiempo corre muy rápido y no tenemos tiempo de conversar con usted a veces, pero a través de Facebook si, ayudó bastante o también cuando estuvimos desarrollando el alfabeto y usted nos daba el feedback o ponía el kiosco a esa hora, yo respondía en ese momento, si. Yo siento que ayudó bastante porque sino el tiempo no hubiera alcanzado en las clases para hacer todo lo que queríamos hacer. (ENT05).

2.5.4.4. Opinión sobre Facebook como herramienta de aprendizaje visual

Los alumnos entrevistados coinciden en mencionar que la ventaja de Facebook sobre otras plataformas educativas radica en el manejo y almacenamiento de las imágenes. Los alumnos afirman que la visualización de los ejercicios realizados y la revisión de los comentarios aporta a su proceso de aprendizaje.

Los estudiantes afirman que con el registro de los trabajos realizados se pueden revisar los conceptos en cualquier momento de manera repetida y que éstos favorecen su aprendizaje.

Si porque puedes ver también lo que están avanzando las otras personas, además usted también de vez en cuando pone unos ejemplos o algunas publicaciones entonces yo creo que si ayuda bastante porque los demás también como que dan "like" o también "me encanta". (ENT05).

Si, si es bastante útil para lo visual porque las imágenes de Facebook es uno de sus pilares ¿no? imagen y comentario creo es lo principal en Facebook, entonces que es una herramienta adecuada porque es lo principal. Para eso está. (ENT04).

2.5.4.5. Opinión sobre Facebook como espacio de diálogo

Los alumnos entrevistados mencionaron que es la primera vez que experimentan efectivamente el uso de Facebook dentro del dictado de un curso como un espacio de diálogo debido a la intervención del docente para asesorar en los momentos requeridos. La presencia del docente es destacada por todos los alumnos entrevistados pues su presencia hace la gran diferencia con cualquier grupo de trabajo conformado anteriormente por solo alumnos. El docente

siempre está dispuesto a esclarecer dudas y promover la interacción con los compañeros del curso; aunque los entrevistados volvieron a mencionar que el docente precisa dedicarle mayor tiempo para revisar los trabajos y poder responder las inquietudes e interrogantes de los alumnos. Muchos se quedan esperando una respuesta para poder avanzar con sus trabajos.

Benavides y Pineda (2017) explica que los recursos que se comparten están disponibles para ser consultados por el tiempo que se establezca para el uso del portafolio. De otra parte, al docente le permite hacer un seguimiento de las necesidades y progresos que tiene el estudiante, y esto hace que las retroalimentaciones sean más oportunas y precisas.

En líneas generales, podemos afirmar que el uso de *Facebook* como espacio de diálogo incrementa la motivación y mejora el rendimiento académico de la clase en general.

Yo pienso que sí. Ósea esta idea de que otros comenten tus trabajos y te den feedback creo que es bueno porque ósea ya entre, como que entre todos ósea es muy diferente no sé pedir opiniones fuera del curso. Uno porque tienes que buscar a quien pedir las y dos porque los mismos que ya estamos llevando el curso conocemos la dinámica entonces ya sabemos más o menos, como nos podemos ayudar entre nosotros entonces, está chévere que entre todos podamos decirnos: "Mira que si me gusta tal cosa" "Mira puedes mejorar tal otra" y este... es como un aprendizaje en conjunto entonces este también como que se siente la cercanía con los demás este... compañeros y creo que este... es una buena estrategia por así llamarla para que todos se involucren y también se inspiren incluso de otros trabajos. (ENT03).

2.5.3.6 Opiniones y sugerencias

Los cinco alumnos entrevistados comentaron que la presentación de los trabajos en líneas generales ha sido desordenada y se debe mejorar al igual que los tiempos de respuesta en las asesorías de los alumnos. concluir que *Facebook* ha cumplido su función como transmisor de información. Estas opiniones también están confirmadas en el estudio descriptivo realizado por De la Madrid *et al.* (2017) donde identificaron como factores negativos la falta de estructuración y el

exceso de ruido visual.

Sugerencias 01

Si bien está lo que son los feedback y las fotos creo que deberíamos tener más álbumes, ósea el orden de los álbumes porque si es muy desordenado algunos trabajos también no se comentaron pero no es porque, porque a veces se iban van hacia atrás entonces uno no sabía dónde estaba. En cambio con los álbumes sí es más orden y no solo ves tus trabajos, de tu grupo sino ves de los demás. (ENT01).

Sugerencia 02

Porque no estaba como organizado tal vez si hubiéramos puesto como hizo ahora de carpetas por grupos tal vez una carpeta de: "Semana uno" en la que todos tenían que subir sus collage y "Semana dos" y así todos entrábamos en la carpeta y ya no se perdían. Y no se combinaban los de una semana con otra. (ENT05).

A partir del análisis de resultados obtenidos en las encuestas anónimas para llenar y en las entrevistas a profundidad con los alumnos se concluye que los alumnos siempre están ávidos de nuevos conocimientos y deseosos de aprender. Es deber del profesor saber adaptarse a esta nueva generación de estudiantes y buscar las herramientas adecuadas para poder establecer canales de comunicación con ellos. A través de las respuestas, se puede observar que no es suficiente estar actualizado en conocimientos sino también en el manejo de las herramientas necesarias para poder facilitar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Gracias a las nuevas tecnologías, se pueden hacer los cursos más interactivos y dinámicos de acuerdo a los requerimientos de los alumnos de hoy en día. Las sugerencias se centran en mejorar el uso pedagógico de las redes sociales, especialmente en *Facebook*, y su potencial para desarrollar capacidades y competencias en los estudiantes

CONCLUSIONES

- La implementación de *Facebook* mejora el desarrollo de las capacidades comunicacionales aunque esto debe estar vinculado a las estrategias que el docente debe proponer. Los estudiantes tienen certeza de lo que aprendieron y cómo lo hicieron.
- Las estrategias aplicadas usando *Facebook* y otros recursos TIC permitieron un logro parcial en el desarrollo de la investigación visual y la creación gráfica de imágenes.
- El uso de *Facebook* como espacio de diálogo fomenta una relación cercana entre docente y estudiante y también entre los mismos estudiantes dentro un ambiente propicio para el desarrollo de actividades de trabajo colaborativo y autoaprendizaje.
- El uso de *Facebook* permitió generar la primera parte de un portafolio que podrá ser útil para la búsqueda de oportunidades laborales. La utilización de la galería de fotos y álbumes de *Facebook* como portafolio electrónico lo convierte en un recurso didáctico que implica un cambio en la concepción del aprendizaje y del concepto de evaluación formativa.
- *Facebook* como un e-portafolio permite visualizar el progreso y el desarrollo de los alumnos a través de sus evidencias de trabajos gráficos, la retroalimentación entre docente y alumno y la calidad de los comentarios entre sus pares.
- Con esta propuesta de innovación educativa se comprueba que el desempeño de los estudiantes "millenians" mejora con respecto al uso de la metodología tradicional y la revisión aislada de los trabajos presentados. El uso de nuevas tecnologías permite un aprendizaje personal y grupal desarrollando habilidades de comunicación gráfica. El aprendizaje se ve potenciado por el uso de *Facebook* como una recurso educativo.

RECOMENDACIONES

1. En relación al diseño de la propuesta de innovación educativa.

- Todas las plantillas gráficas y ejercicios dirigidos deben ser diseñados y elaborados por los docentes encargados, debido a que éstos pueden reorientarse según los objetivos del curso o para aclarar conceptos que están confusos.
- Todas las intervenciones y actividades programadas dentro de la hora de clase así como las tareas que se publicarán en *Facebook* deben ser calificadas para conducir a los estudiantes a su realización.
- Para la implementación de *Facebook* como estrategia de enseñanza se recomienda una planeación previa, donde se cumplan las siguientes etapas: establecer los objetivos de aprendizaje; el diseño de la actividad didáctica con sus respectivas orientaciones para los estudiantes; la preparación del espacio virtual para el desarrollo del portafolio y la publicación de los resultados parciales o totales de las actividades. Su implementación requiere del acompañamiento constante de los docentes responsables de la actividad como lo sostienen Benavides y Pineda (2017).

2. En relación la ejecución de la propuesta de innovación educativa:

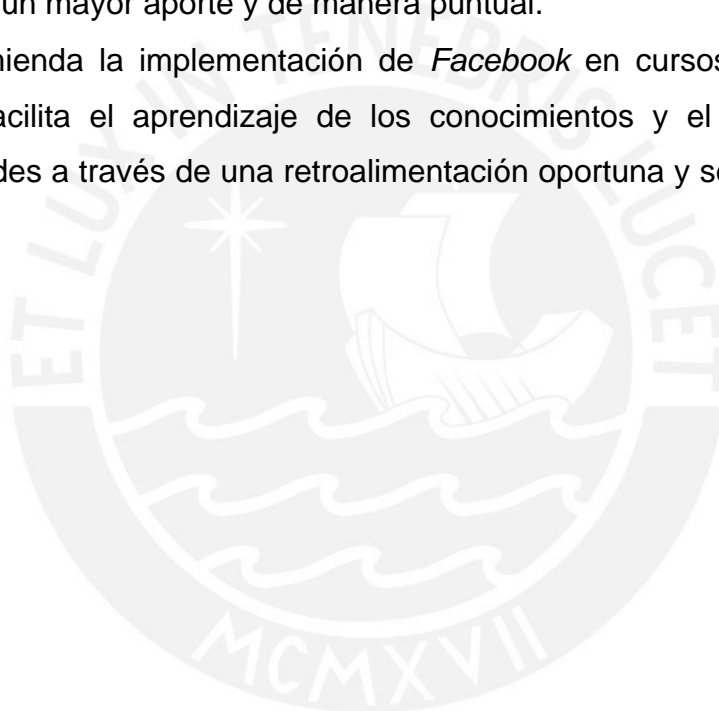
- Con la aplicación de la red social *Facebook* a un ámbito educativo, se recomienda que el docente asuma el rol estratégico de un *Community Manager* conociendo las necesidades y dificultades de sus alumnos (Martínez, Fossas y Cobo, 2010). El docente digital como *Community Manager* de su "comunidad/curso" debe aplicar las 4 "F"s del *marketing* digital definidas por Fleming (como se citó en Martínez, Fossas y Cobo,

2010): el “Flujo” para capturar la atención del alumno al navegar, “Funcionalidad” con la facilidad de uso y la claridad en los contenidos, el “Feedback” como respuesta proactiva de los alumnos y la “Fidelización” para lograr la preferencia por el uso del aplicativo *Facebook* como herramienta didáctica.

- Es recomendable que el docente explique claramente los objetivos y beneficios de implementar el uso de *Facebook* en el curso de Diseño Publicitario. Se sugiere informar siempre al alumno las partes del proceso y si es necesario, justificar las actividades académicas con argumentos didácticos.
- Con respecto a las actividades de interacción que se pueden hacer en *Facebook*, se recomienda que la retroalimentación sea inmediata en los chats y que motive su uso en los trabajos colaborativos. Asimismo en los foros se recomienda plantear preguntas relacionadas con el tema visto en clase y que motiven la revisión y reflexión sobre el mismo, permitir que los alumnos “suban” archivos, *links* o direcciones web, relacionados con el tema revisado en clase, fomentar la visitas a otras paginas webs a través de la publicación de direcciones específicas, informes o artículos publicados, blogs, aplicaciones, imágenes, tipografías, ilustraciones, etc.
- Se recomienda que los trabajos publicados sean revisados antes de la siguiente clase a fin de que los estudiantes puedan recibir una retroalimentación oportuna. Se sugiere que el docente elabore un conjunto modular de preguntas destinadas a profundizar la investigación gráfica de los alumnos para evitar las demoras en dar la retroalimentación.
- Sobre las investigaciones, se sugiere trabajar y buscar la información en el mismo *Facebook* con los correspondientes "*links*" o "etiquetas" de los "*fan pages*" para que el docente pueda hacer la orientación respectiva con respecto a cada rubro investigado. Tomar en cuenta que el mundo de las marcas y de consumo varían según el interés de cada alumno o del segmento que están analizando.
- En los trabajos compartidos, se sugiere mencionar siempre al compañero

generador de los insumos del trabajo así como también las fuentes de donde proviene la información para que el docente pueda verificar y profundizar la investigación gráfica de los alumnos y así evitar demoras en la retroalimentación.

- En el desarrollo de las estrategias se recomienda incluir una hoja de coevaluación que permita a los estudiantes evaluar a sus compañeros que participan en el desarrollo de los proyectos compartidos para evitar que estudiantes cuyo aporte ha sido mínimo en la creación de insumos o hayan entregado tarde tengan la misma calificación que aquellos que han realizado un mayor aporte y de manera puntual.
- Se recomienda la implementación de *Facebook* en cursos presenciales porque facilita el aprendizaje de los conocimientos y el desarrollo de capacidades a través de una retroalimentación oportuna y seguimiento del alumno.



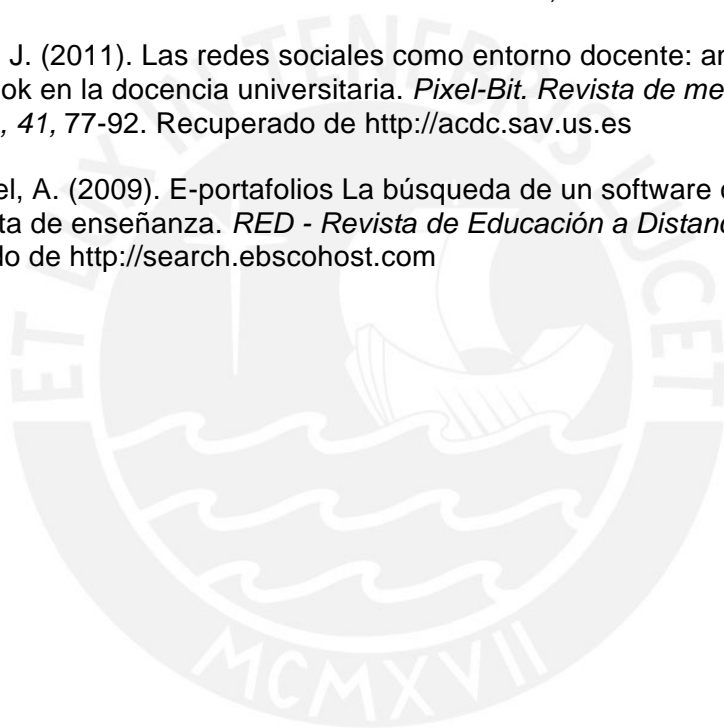
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abúndez, E., Fernández, F., De la Hoz, L. y Alamo, M. C. (2015). Facebook como herramienta educativa en el proceso de enseñanza-aprendizaje en el nivel medio superior. *Zona Próxima*, 22, 116–127. Recuperado de <http://search.ebscohost.com>
- Aguirre, H. y otros (2015). *Competencias y Perfil del Comunicador PUCP. Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación*. Lima, Perú: PUCP
- Area, M. (2018). De la enseñanza presencial a la docencia digital. Autobiografía de una historia de vida docente. *RED - Revista de Educación a Distancia*, 56, 1–21. doi: [org/10.6018/red/56/1](https://doi.org/10.6018/red/56/1)
- Attwell, G. (2007). *Personal Learning Environment- the future of eLearning?*, Recuperado de <http://www.elearningeuropa.info>
- Beard, J., Britt, V. y O'Bannon, B. (2013) Using a Facebook Group As an Educational Tool: Effects on Student Achievement. *Computers in the Schools, Interdisciplinary Journal of Practice, Theory, and Applied Research*, 30, (3), 229-247. doi: 10.1080 / 07380569.2013.805972
- Barret, H., y Carney, J. (2005). Conflicting Paradigms and Competing Purposes in Electronic Portfolio Development. *LEA Journal*. Recuperado de <https://electronicportfolios.org/>
- Benavides, M.C. y Pineda, E. (2017). El portafolio virtual y su relevancia en trabajos colaborativos. *Revista Docencia Universitaria*, 18(2), 53-68 Recuperado de <https://revistas.uis.edu.co/>
- Blaschke, L. (2014). Using social media to engage and develop the online learner in self-determined learning. *Research in Learning Technology*, 22. doi: 10.3402/rlt.v22.21635
- Bobadilla, P. (2005). *Herramientas para el diseño de sistemas de monitoreo y evaluación de proyectos sociales*. Maestría en Gerencia Social. Lima, Perú: PUCP
- Carpenter, B. y Cifuentes, L. (2011) Visual Culture and Literacy Online: Image Galleries as Sites of Learning, *Art Education*, 64 (4), 33-40. doi:10.1080/00043125.2011.11519134
- Cerdá, F. y Planas, N. (2011). Facebook's Potential for Collaborative e-learning. *RUSC: Revista de Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 8(2), 197–210. Recuperado de <http://search.ebscohost.com>

- Coker, L. (2008). The Educational Potential of e-Portfolios: Supporting Personal Development and Reflective Learning Lorraine Stefani Robin Mason Chris Pegler. *Technical Communication*, 55(3), 295-295
Recuperado de <http://search.ebscohost.com>
- Costa, J. (2014). Diseño de Comunicación Visual: el nuevo paradigma. *Grafica*, 2(4), 89-107. doi:10.5565/rev/grafica.23
- Chen, M. (2018). Students' perceptions of the educational usage of a Facebook group. *Journal of Teaching in Travel & Tourism*, 18(4), 332-348.
doi:10.1080/15313220.2018.1434448
- Cussó, X. y Martínez, S. (2007). *El portafolio como herramienta de aprendizaje en historia contemporánea*. Recuperado de: <http://www.h-economica.uab.es>
- De la Madrid, M., Guerrero, K., Monteros, A. y Morales, D. (2017). Posibilidades de Facebook en la docencia universitaria desde un caso de estudio. *Apertura: Revista de Innovación Educativa*, 9(2), 132-147. doi:10.18381/Ap.v9n2.1133
- Fewkes, A. y McCabe, M. (2012). Facebook: Learning tool or distraction? *Journal of Digital Learning in Teacher Education*, 28(3), 92-98.
doi:10.1080/21532974.2012.10784686
- Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico y comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Infinito
- García, L. (2018). Blended learning y la convergencia entre la educación presencial y a distancia. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 21(1), 9-22.
doi:10.5944/ried.21.1.19683
- Gómez-Hurtado, I. García, F. y Delgado-García, M. (2018). Uso de la red social Facebook como herramienta de aprendizaje en estudiantes universitarios: estudio integrado sobre percepciones. *Perspectiva Educativa*, 57(1), 99-119.
doi:10.4151/07189729-Vol.57-Iss.1-Art.645
- González, P. (2017). El portafolio digital como instrumento de evaluación y desarrollo de habilidades cognitivas. Estudio de Caso en la Escuela Normal de Atizapán de Zaragoza. (Spanish). *Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 4(2), 1–16. Recuperado de <http://search.ebscohost.com>
- Hartnell-Young, E., Harrison, C., Crook, C., Pemberton, R., Joyes, G., Fisher, T., Davies, L., Underwood, J., y Smallwood, A. (2007). *Impact of e-portfolios on learning*. Recuperado de <http://www.becta.org.uk>
- Lampe, C., Wohn, D. Y., Vitak, J., Ellison, N. B., & Wash, R. (2011). Student use of Facebook for organizing collaborative classroom activities. *International Journal of Computer-Supported Collaborative Learning: An Official Publication of the International Society of the Learning Sciences*, 6(3), 329. doi:
org.ezproxybib.pucp.edu.pe/10.1007/s11412-011-9115-y

- Marza, J. y Butera, M. (2007). Los blogs en el nuevo modelo educativo universitario: posibilidades e iniciativas. *Revista textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 19. Recuperado de <http://bid.ub.edu>
- Martínez, E., Fossas, M. y Cobo, F. (2010). De profesor a Community Manager: El Potencial Transformador de Moodle en las Relaciones Docente-Alumnos. *RELADA - Revista electrónica de ADA-Madrid* 4,(2). Recuperado de <http://polired.upm.es>
- Mejías, C., Gutiérrez, L. y Hernández, V. (2011). Percepciones del blog como portafolio virtual y espacio para el desarrollo del aprendizaje colaborativo en la formación de los trabajadores sociales. *UCMaule - Revista Académica de La Universidad Católica Del Maule*, 41, 45–62. Recuperado de <http://search.ebscohost.com>
- Mendiguren, T., Meso, K., y Pérez, J. (2012). El uso de las redes sociales como guía de auto aprendizaje en la Facultad de Comunicación de la Universidad del País Vasco (UPV). *Monográfico, Revista de Didáctica de Lengua y la Literatura*, 6, 107-121. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es>
- Miguélez-Juan, B. (2017). El director de arte en la configuración de los equipos creativos: proceso creativo y acceso a las agencias de publicidad. *Grafica*, 6(11), 13-24. doi.org/10.5565/rev/grafica.91
- Molina, P., Valencia-Peris, A. y Gómez-Gonzalvo, F. (2016). Innovación docente en Educación Superior: edublogs, evaluación formativa y aprendizaje colaborativo. *Profesorado. Revista de curriculum y formación del profesorado*, 20(2), 432-449. Recuperado de <https://recyt.fecyt.es>
- Olivares, B. (2015). Implementación de la red social Facebook como recurso didáctico en el aprendizaje colaborativo de estudiantes universitarios. *REXE. Revista de Estudios y Experiencias en Educación*, 14(27),121-136. Recuperado de: <https://www.redalyc.org>
- Pozo Puértolas, R. (2017). Comunicación técnica: modo y forma. *Grafica*, 5(10), 125-131. doi:<https://doi.org/10.5565/rev/grafica.77>
- Prendes, M. y Sánchez, M. (2008). Portafolio electrónico: posibilidades los docentes. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (32),21-34. Recuperado de: <https://www.redalyc.org>
- PUCP Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación (2019) *Carrera Publicidad*. Recuperado de <https://www.pucp.edu.pe/carrera/publicidad/>
- PUCP Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación (2019) *Sumilla curso Diseño Publicitario*. Recuperado de <http://facultad.pucp.edu.pe>
- PUCP Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación (2019) *Documento de trabajo Actualización plan de estudios publicidad*. Lima, Perú: PUCP
- Rodríguez, R. (2013). Los portafolios en el ámbito educativo: usos y beneficios. *Revista Cultura de Guatemala*, 34(2), 157–180. Recuperado de <http://search.ebscohost.com>

- Romero, M. y Crisol, E. (2011). El portafolio, herramienta de autoevaluación del aprendizaje de los estudiantes. Una experiencia práctica en la Universidad de Granada. *Revista Docencia e Investigación*, 21. Recuperado de <https://ruidera.uclm.es>
- Selwyn, N. (2009). Faceworking: exploring students' education-related use of Facebook. *Learning, Media & Technology*, 34(2), 157-174. doi: 10.1080/17439880902923622
- Suarez, M. (2019). *Guía Didáctica. Módulo 4: Desarrollo de la Investigación*. Maestría en Integración e Innovación Educativa de las TIC. Lima, Perú: PUCP
- Túñez, M. y Sixto, J. (2011). Las redes sociales como entorno docente: análisis del uso de Facebook en la docencia universitaria. *Pixel-Bit. Revista de medios y Educación*, 41, 77-92. Recuperado de <http://acdc.sav.us.es>
- Varela, F. y Barujel, A. (2009). E-portafolios La búsqueda de un software coherente con la propuesta de enseñanza. *RED - Revista de Educación a Distancia*, 8, 1-12. Recuperado de <http://search.ebscohost.com>



ANEXOS

ANEXO 1: Árbol de Problemas

ARBOL DE PROBLEMAS

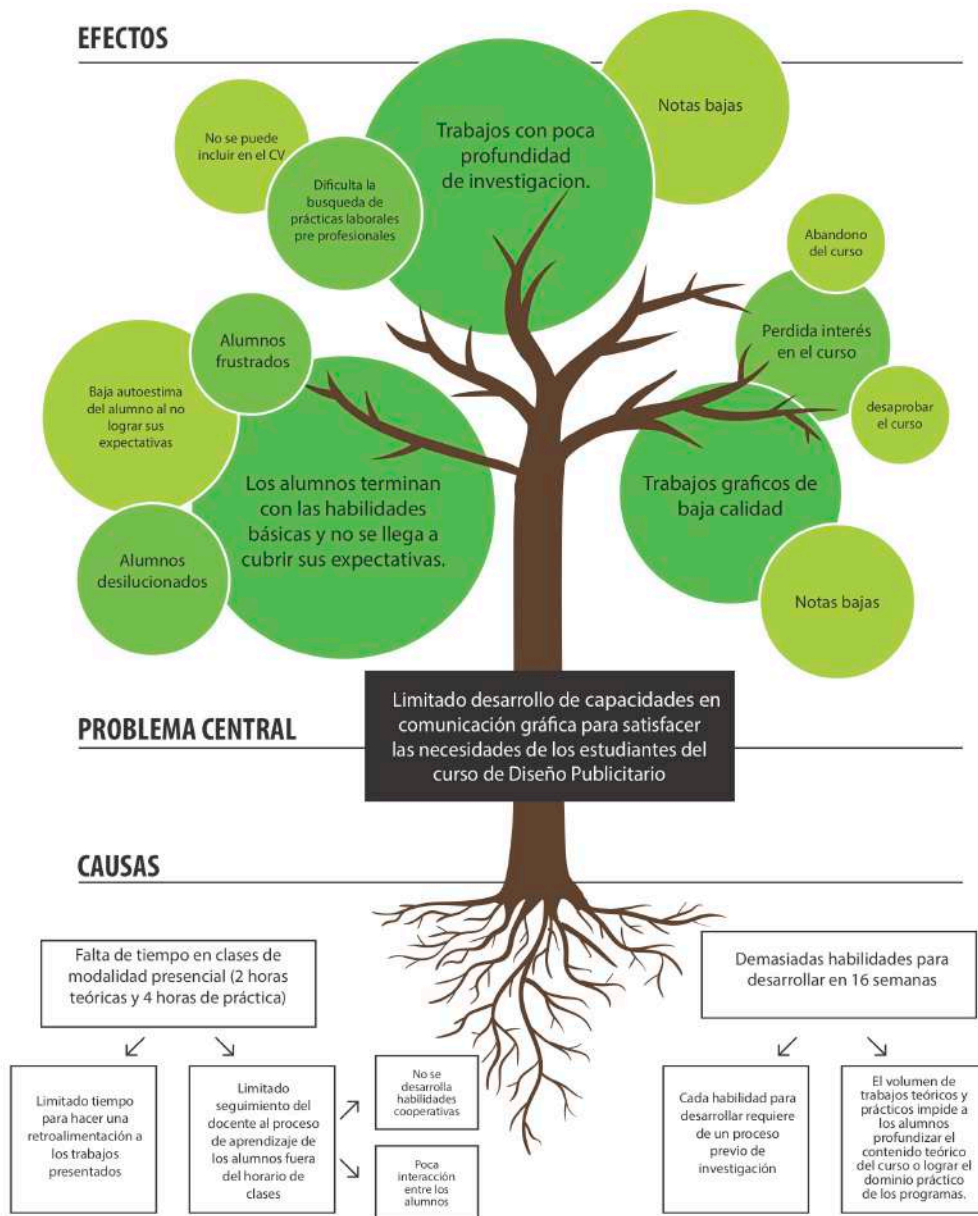


Figura 8. Árbol de problemas. Fuente: Elaboración propia

ANEXO 2: Formato "Evaluación teórica y expectativas"

2019 / 2 - CCE277 Diseño Publicitario

Evaluación teórica:

Alumno (a):.....

Enumerar los componentes del proceso de comunicación (Modelo de Román Jakobson,1948).

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.
- 6.

Definir qué componente de la comunicación visual es:

1. Una ama de casa 35 años
2. El color rojo
3. Una botella Retornable de 1 LT.
4. Helvética bold Condensed
5. Una agencia de Publicidad
6. La palabra "Light"
7. Nivel socioeconómico B
8. Revista quincenal
9. Idioma castellano
10. Consumidores de comida rápida
11. Carretera panamericana Sur
12. Un ómnibus de la línea 30

Partes de un mensaje (signo):

- 1.
- 2.

Definir qué parte del mensaje es:

1. Formato horizontal A4 (21 x 29.7 cm)
2. Color rojo bandera (M 100% , Y 100%)
3. Niñez y adolescencia
4. Nutritivo
5. Una tipografía caligráfica y que connote femenino
6. El texto: "Feliz Navidad y prospero año nuevo"

Escribir al reverso sus expectativas con respecto al curso Diseño Publicitario.

ENCUESTA MITAD CICLO 2019 /2

1. Tema de interés: marcar solo uno

- Comunicación visual
- Empaque
- Tipografía
- Identidad Corporativa
- Otros.....

2. Metodología curso Diseño Publicitario 2019/2:

- Opinión metodología Blended: (presencial + virtual).....
- Opinión proceso metodológico: (Tareas como material de estudio).....

3. Uso de Facebook como aprendizaje colaborativo:

- Facebook* como plataforma educativa.....
- Facebook* como plataforma de aprendizaje visual.....
- Facebook* como plataforma de diálogo.....
- Opiniones y sugerencias.....

4. Evaluación del aprendizaje a mitad de ciclo. ¿Se cumplen sus expectativas ?

-
-
-
-

ENTREVISTAS

1. Tema de interés:

2. Metodología curso Diseño Publicitario 2019/2:

2.1 Opinión metodología *Blended*: (presencial + virtual)

2.2 Opinión proceso metodológico: (Tareas como material de estudio)

3. Uso de *Facebook* como aprendizaje colaborativo:

3.1 *Facebook* como plataforma educativa

3.2 *Facebook* como plataforma de aprendizaje visual

3.3 *Facebook* como plataforma de diálogo

3.4 Opiniones y sugerencias

4. Evaluación del aprendizaje a mitad de ciclo.

4.1 ¿Cuáles eran sus expectativas del comienzo del ciclo?,

4.2 ¿Se están cumpliendo sus expectativas del comienzo del ciclo?,

4.3. ¿Crees que se han visto mejoradas por el uso pedagógico de *Facebook*?

ANEXO 5: Resultados encuesta expectativas del curso Diseño Publicitario

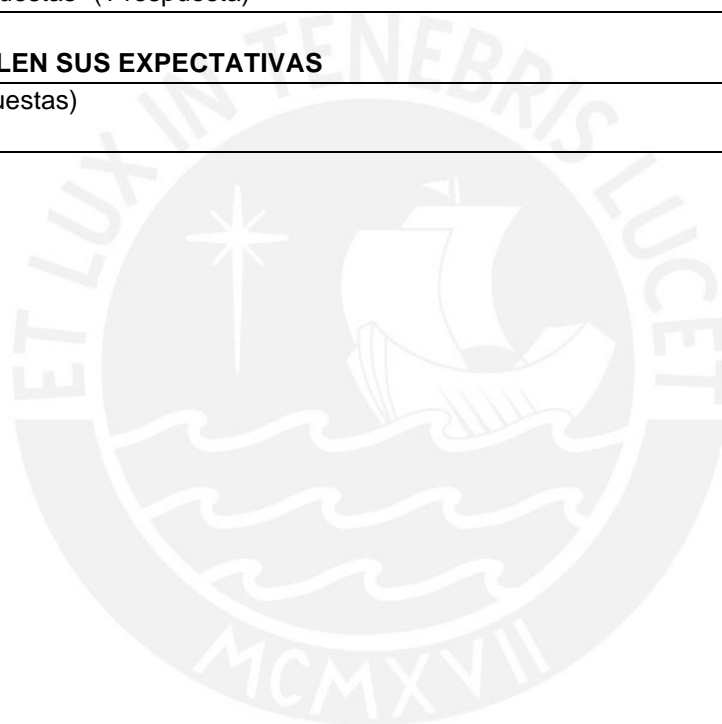
EXPECTATIVAS CON RESPECTO AL CURSO DE DISEÑO PUBLICITARIO
“Aprender lo básico/intermedio de programas de diseño como <i>Photoshop, Illustrator, Corel, Premiere, Etc.</i> ” (17 respuestas)
“Adquirir los conceptos básicos de diseño” (9 respuestas)
“Saber cómo transmitir ideas a través del color, forma posición, etc.” (7 respuestas)
“Crear piezas publicitarias impactantes que me enorgullecen” (6 respuestas)
“Identificar las herramientas que se adecuan a diversos contextos” (6 respuestas)
“Usar mi creatividad y expresarla” (3 respuestas)
“Poder editar fotografías” (2 respuestas)
“Conocer las historia del diseño y sus personajes más famosos” (2 respuestas)
“Ver como las artes plásticas influyen en la publicidad” (1 respuesta)
“Aprender y no memorizar” (1 respuesta)
“Errores comunes al diseñar” (1 respuesta)
“Averiguar si me gusta diseñar o si en realidad no es lo mío” (1 respuesta)
“Realizar piezas que tengan relación con el concepto de cada marca” (1 respuesta)
“Horarios flexibles de clases teóricas y horas prácticas” (1 respuesta)

ANEXO 6: Resultado encuesta anónima dirigida a alumnos

1. TEMA DE INTERÉS	
Comunicación visual	6 alumnos
Empaque	0
Tipografía	1 alumno
Identidad Corporativa	15 alumnos
Otros	1 alumno (3D, móvil, imágenes abstractas, diseño turístico /ecológico)
2. METODOLOGÍA CURSO DISEÑO PUBLICITARIO	
2.1 Opinión metodología	
"Hace el curso más interactivo" (5 respuestas)	
"A veces el tiempo presencial queda corto" (5 respuestas)	
"Complementación de plataformas" (5 respuestas)	
"Se puede ver el avance de los compañeros" (3 respuestas)	
"Cursos presenciales interesantes" (3 respuestas)	
"Los comentarios ayudan a crear un diseño más asertivo" (2 respuestas)	
"Preferencia de <i>feedback</i> presencial" (2 respuestas)	
"Permite practicar por cuenta propia" (2 respuestas)	
"Se aprovecha el tiempo" (2 respuestas)	
"Refuerza lo aprendido" (2 respuestas)	
"La información es completa" (1 respuesta)	
"Ser más práctico que teórico" (1 respuesta)	
"La presentación virtual es más económica" (1 respuesta)	
"Hace el curso más divertido" (1 respuesta)	
"Las asesorías virtuales ayudan mucho" (1 respuesta)	
"Facebook y el email son ideales para el cursos" (1 respuesta)	
"Centrarse primero en las herramientas" (1 respuesta)	
2.2 Opinión secuencia metodológica	
" Se práctica lo aprendido" (3 respuestas)	
"Tiempo de entrega es corto" (3 respuestas)	
"La presentación virtual permite ver el desarrollo del grupo" (2 respuestas)	
"Las tareas concuerdan con la teoría" (1 respuesta)	
" Preferencia de tareas semanales" (1 respuesta)	
" Dominio del software de diseño" (1 respuesta)	
"Practicar el uso de herramientas digitales" (1 respuesta)	
" Páginas web de diseño como ejemplo" (1 respuesta)	
"Proceso interesante y asesorías que guían bien" (1 respuesta)	
"Tareas sencillas, divertidas y concatenadas progresivamente que son fáciles de seguir" (1 respuesta)	
" Autocrítica constructiva" (1 respuesta)	

“Las primeras semanas fueron más interesantes y desafiantes por retos en clase” (1 respuesta)
“Se tiene comentarios con cada tarea ante de parciales” (1 respuesta)
3. USO DE FACEBOOK COMO APRENDIZAJE COLABORATIVO
3.1 Facebook como plataforma educativa
“Facebook es mejor y más rápido que otras plataformas educativas” (5 respuestas)
“El <i>feedback</i> me pareció útil” (4 respuestas)
“Es inmediato y próximo a todos” (2 respuestas)
“Algunos comentarios pueden ser poco claros” (2 respuestas)
“Sirve para ver ejemplos de lo que se debe y no hacer” (1 respuesta)
“Se integra a mis actividades diarias, evitando que olvide algún trabajo” (1 respuesta)
“Permite que todos tengamos un progreso conjunto” (1 respuesta)
“El Kiosco virtual sirvió para tener un contacto más personal” (1 respuesta)
“Sirve más para reforzar clases y revisiones” (1 respuesta)
“Los comunicados importantes deberían mandarse por correo” (1 respuesta)
“El contacto con el profesor es constante y puede subir información extra” (1 respuesta)
“Refuerza la participación e inspira” (1 respuesta)
“La falta de recordatorios genera atrasos en los avances” (1 respuesta)
“Complementa y hace interactivo el curso” (1 respuesta)
3.2 Facebook como plataforma de aprendizaje visual
“Es más fácil y mejor para compartir contenido” (7 respuestas)
“Viendo el trabajo de los demás puede mejorar el mío” (7 respuestas)
“Los trabajos compartidos ayudan a conocer diferentes estilos” (2 respuestas)
“Se deberían hacer álbumes para organizar mejor” (2 respuestas)
“Es algo difícil encontrar imágenes pasadas” (1 respuesta)
“Ayuda a mantener todo organizado” (1 respuesta)
“Deberían dar más ejemplos de cómo esperan que sean las plataformas” (1 respuesta)
“Permite identificar los códigos de manera más directa” (1 respuesta)
3.3 Facebook como plataforma de diálogo
“Al ser muchos alumnos, algunos comentarios se quedan sin contestar” (6 respuestas)
“Se puede ver los <i>feedback</i> del profesor y los compañeros” (6 respuestas)
“No se genera mucho debate” (2 respuestas)
“Preferencia por el “Kiosco Domingero” (2 respuestas)
“Todos lo usan y lo tienen en sus celulares” (1 respuesta)
“Al principio funcionaba mejor” (1 respuesta)
“Funcionó como recordatorio de los avances de cada clase” (1 respuesta)
“Notifica cada vez que hay una publicación” (1 respuesta)
“No me quedé solo con el producto final, sino hice match con el concepto” (1 respuesta)
“Permite leer reacciones reales” (1 respuesta)
“Es más directo que un correo” (1 respuesta)
“Un poco desordenado, no se puede ordenar por relevancia” (1 respuesta)
“Me gustaría saber qué detalles se pueden afinar más” (1 respuesta)
3.4 Opiniones y sugerencias

"Introducción a <i>Photoshop</i> e <i>Illustrator</i> " (3 respuestas)
"Las opiniones de la JP y el profesor son diferentes" (2 respuestas)
"Publicar sobre tendencias de diseño o tutoriales" (2 respuestas)
"Mejor organización con las fotos en el grupo" (2 respuestas)
"Todos deberían recibir <i>feedback</i> el mismo día" (2 respuestas)
"Generar más debate" (2 respuestas)
" <i>Facebook</i> permite preguntar al profesor de manera más directa" (1 respuesta)
"Realizar más prácticas relacionadas con la tarea que se va dejar" (1 respuesta)
"Permitir el envío independiente de trabajos por correo" (1 respuesta)
"Ampliar el uso de otras plataformas como <i>Instagram</i> " (1 respuesta)
"Mencionar luego cuáles fueron los mejores trabajos" (1 respuesta)
"Curso innovador pero necesita mejorar" (1 respuesta)
"Podría trabajarse más con Gisele" (1 respuesta)
"Agregar encuestas" (1 respuesta)
4. SE CUMPLEN SUS EXPECTATIVAS
"Si" (23 respuestas)



ANEXO 7: Entrevista a alumno 03

<p>ALUMNO 03</p>
<p>1. De todos los temas que hemos visto ¿Cuál es el que te llamó más la atención?</p>
<p>..."Me gustó mucho tipografía, ósea siento que este... es una manera digamos indirecta de transmitir un mensaje. Especialmente porque tú nos enseñaste que cuando es en blanco y negro, ósea dejando de lado los colores, cuando es en blanco y negro. Lo que tiene que transmitir es la forma, entonces... es la forma gráfica. Entonces yo siento que jugando y haciendo diferentes combinaciones este... se puede llegar a algo chévere y luego con el color, como que hacer énfasis en. Y este no sé, personalmente siempre me ha gustado la tipografía, ósea siempre me ha gustado escribir ósea jugar con esas cosas. Entonces, este para mí aprender a hacer tipografías es lo que más me ha llamado la atención del curso antes de entrar a él, por lo que me contaban mis compañeras, mis amigas me decían: ¡Si, vas a aprender a hacer tu propia tipografía! y pues yo estaba emocionada. Y si, si me gusto bastante, sin embargo cuando nos hiciste la otra encuesta que quieren aprender para la segunda parte del curso, escogí identidad corporativa porque sentí que nos faltaba profundizar en eso y como también me llamaba la atención y quería aprender sobre eso, este... me parece genial que ahora lo estemos viendo"...</p>
<p>2. Sobre la metodología del curso diseño publicitario ahora lo hemos convertido en un curso este... le hemos agregado la parte virtual ¿Qué te parece? ¿Es más trabajo, menos, ayuda a completar, te pone tensa?</p>
<p>..."Comparando con ciclos anteriores, como dije tengo amigas que ya han llevado el curso. Si bien es un poquito más de trabajo porque tienes que crearlo, subirlo a tiempo y tratar de organizarte bien en ese sentido, siento que si ayuda porque puedes ver no sólo tu propio avance sino el avance de los demás y hacer un recuento del proceso entonces, yo personalmente pienso que es una herramienta útil, incluso necesaria para que el aprendizaje sea completo. Yo sí agregaría esto... de más organización porque, ósea si bien <i>Facebook</i> es una plataforma como que muy interactiva este hay cosas que se nos pueden pasar y todo eso, entonces si hay que tener un poco de cuidado en ese sentido, pero el resto me parece que complementa muy bien. A parte que hay una comunicación directa, entonces este, no tienes que esperar por ejemplo a mandar un correo y no sé pues que se traslapa o que se demoré en responder o tu mismo te olvidas de contestar, entonces es como que <i>Facebook</i> lo usas todo el tiempo y ya estás acostumbrado a la plataforma. Algo que añadiría, sería que si bien <i>Facebook</i> es muy bueno en ese sentido, lo que dije antes este... si sería chévere tener como que tener ese <i>feedback</i> que nos das por <i>Facebook</i> a veces tenerlo como un poco presencial porque, yo sé que a veces la hora queda corta ¿no? pero, este por ejemplo, cuando hacíamos la tipografía o se sentía que, tipo a veces íbamos un poco a la deriva ósea ya no en los collage, sino ya al mismo hecho de crear este... las gráficas, este... las mismas letras era como este... ¡Pucha! ¿Estoy yendo bien? ¿No estoy yendo bien? y eran como que en <i>Facebook</i> no había como que un "Versión uno de tus letras, versión dos de tus letras" sino era de frente este... las capturas que nos mandaste a hacer de este... ya comienza la fuente base y después la condensas y después este... ¿Qué seguía? ¡Ah ya! le agregas las..."...</p>
<p>Pero esa parte te parece más ordenada haciéndolo así ¿no?</p>
<p>..."Me pareció más ordenada, pero siento que faltaron pasos. Porque ósea por ejemplo, este tú puedes, pueden haber muchos cambios de una este... de un paso al otro y entre esos cambios tú este... como uno comienza no teniendo ni experiencia, tú no sabes qué le puede ir mejor o no a tu tipografía. Ósea en mi caso yo me acuerdo que usé no sé si recuerdas, mi tipografía tenía unas líneas delgadas que iban este por dentro para poder hacer esta... simular esta idea de la estrella de cinco puntas y este... pues yo las comencé haciendo gruesas porque digamos pregunté, cómo que lo esté y me dijeron: "No, si estaba bien" y después yo vine y me dijiste: "No, pero le quedaría mejor delgada" entonces siempre es como que ese <i>feedback</i> no lo pude tener y es como, una cosa es lo que me digan los otros, pero también como tú como profesor este... que opinas y con tu</p>

<p>experiencia obviamente. Entonces como digo, si bien es mucho más ordenado fácil dentro de ese orden podría haber un sub orden"...</p>
<p>3. Sobre la plataforma de diálogo ¿Tú crees que el Facebook ayudó mucho a la plataforma del diálogo?</p>
<p>..."Yo pienso que si. Ósea esta idea de que otros comenten tus trabajos y te den <i>feedback</i> creo que es bueno porque ósea ya entre, como que entre todos ósea es muy diferente no sé pedir opiniones fuera del curso. Uno porque tienes que buscar a quien pedir las y dos porque los mismos que ya estamos llevando el curso conocemos la dinámica entonces ya sabemos más o menos, como nos podemos ayudar entre nosotros entonces, está chévere que entre todos podamos decirnos: "Mira que si me gusta tal cosa" "Mira puedes mejorar tal otra" y este... es como un aprendizaje en conjunto entonces este también como que se siente la cercanía con los demás este... compañeros y creo que este... es una buena estrategia por así llamarla para que todos se involucren y también se inspiren incluso de otros trabajos"...</p>
<p>4. Ahora lo que hemos avanzado ¿Cuáles fueron tus expectativas al comienzo del ciclo? ¿Sientes que se están cumpliendo?</p>
<p>..."Siente ósea, siendo sincera. Este... yo, si bien ya había preguntado acerca del curso y me dijeron muy buenas cosas del curso este... yo era un toque recelosa porque soy de las personas que les gusta hacer las cosas a mano, entonces hacerlo a computadora era como que: "Bueno ya está bien, lo voy a intentar" pero no me llamaba tanto la atención. Y ahora es como que también me gusta hacer cosas a mano, pero creo que estas herramientas digitales pueden ser de gran ayuda este... no solo para hacer las cosas de manera más rápida porque algunas cosas si te toman tiempo, sino porque les da otro estilo que no puedes conseguir a mano. Entonces este... personalmente me ha hecho como que cambiar esa perspectiva de: "mmm lo digital NO" y me ha hecho querer probar otras cosas este... porque no es solamente ósea usar el mouse y crear trazos, sino sería interesante probar, ilustrar digamos dibujar con esas tabletas esenciales para. Entonces en ese sentido me ha ayudado a digamos quitar los prejuicios y por otro lado en lo que respecta digamos a diseñar como tal este, hay varias cosas que uno no se da cuenta ¿no? que uno dice: "Ya bueno un diseño, entonces salió creativamente", cuando en realidad hay todo un proceso por detrás y justo ese proceso es lo que me llama la atención porque este... no sé cómo lo harán otras personas pero a mí me gusta trabajar de esa manera, de manera ordenada secuenciada, no programada porque ya sería un poco digamos que te limita pero sí como para poder tú saber que haz hecho antes y guiarte luego este... cuando quieras replicarlo o cambiar algunas cosas, incluso te ayuda por si, no sé tienes una idea y la desarrollas pero puedes desarrollar otra cambiando una o dos cositas que pueden generar un producto completamente diferente pero que en un inicio parece no sé insignificante ¿no?. Entonces si esa secuencia fue lo que más me llamó la atención y creo que le da un plus al curso. Porque muchos creen que uno tiene que ser desordenado cuando es creativo y no, no es cierto. Más bien es todo lo contrario te ayuda a que esa creatividad fluya un poco más y no te sientas desesperado: ¿Por dónde comienzo? "...</p>
<p>¿Estás contenta con el curso?</p>
<p>..."Si estoy muy contenta con el curso"...</p>

ANEXO 8: Cuadro comparativo notas de evaluaciones 1 y 2

Diseño Publicitario		
TEORÍA COMUNICACIÓN VISUAL		
CÓDIGO	EVALUACIÓN INICIAL	EVALUACIÓN KAHOOT!
ALUM 01	12	19
ALUM 02	17	12*
ALUM 03	07	14
ALUM 04	09	16
ALUM 05	12	0 **
ALUM 06	11	10
ALUM 07	09	16
ALUM 08	15	14
ALUM 09	16	16
ALUM 10	09	15
ALUM 11	02***	17
ALUM 12	15	19
ALUM 13	0	13
ALUM 14	04	12
ALUM 15	05	15
ALUM 16	09	13
ALUM 17	17	14
ALUM 18	10	17
ALUM 19	10	12
ALUM 20	08	16
ALUM 21	16	14
ALUM 22	12	11
ALUM 23	05	15
ALUM 24	08	16
ALUM 25	11	14

* Se fue la conexión

** No asistió

***Llego tarde

ANEXO 9: Evidencias clase 01

Semana 01

Tema: El poder de la imagen

Fecha: martes 20 de agosto de 2019

Hora: Clase teórica 12:00 m a 2:00 pm

Participantes: Docente innovador y 25 alumnos de 25 matriculados

Correo enviado:



Figura 9. Captura de pantalla correo 01. Fuente: PAIDEA

Actividad en Facebook:

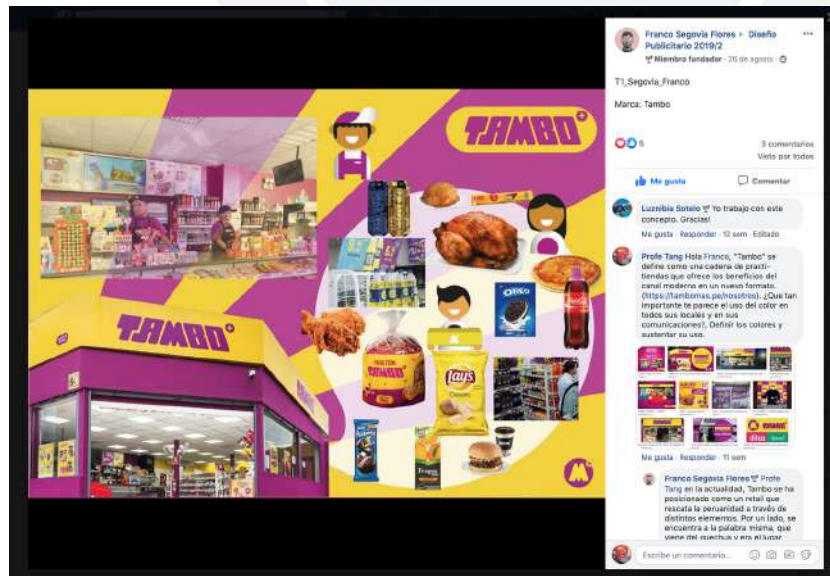


Figura 10. Plantilla de trabajo "Tarea 1" realizado por alumno E. Fuente: Facebook

ANEXO 10: Evidencias clase 02

Semana 02

Tema: Comunicación visual.

Fecha: martes 27 de agosto de 2019

Hora: Clase teórica 12:00 m a 2:00 pm

Participantes: Docente innovador y 23 alumnos de 25 matriculados.

Actividad en clase:



Figura 11. Foto de trabajo colaborativo en clase. Fuente: Registro docente

Actividad en Facebook:



Figura 12. Plantilla de trabajo "Tarea 2" realizado por alumno F. Fuente: Facebook

ANEXO 11: Evidencia clase 03

Semana 03

Tema: Los códigos visuales y el consumidor

Fecha: martes 03 de setiembre de 2019

Hora: Clase teórica 12:00 m a 2:00 pm

Participantes: Docente innovador y 23 alumnos de 25 matriculados.

Correo enviado:

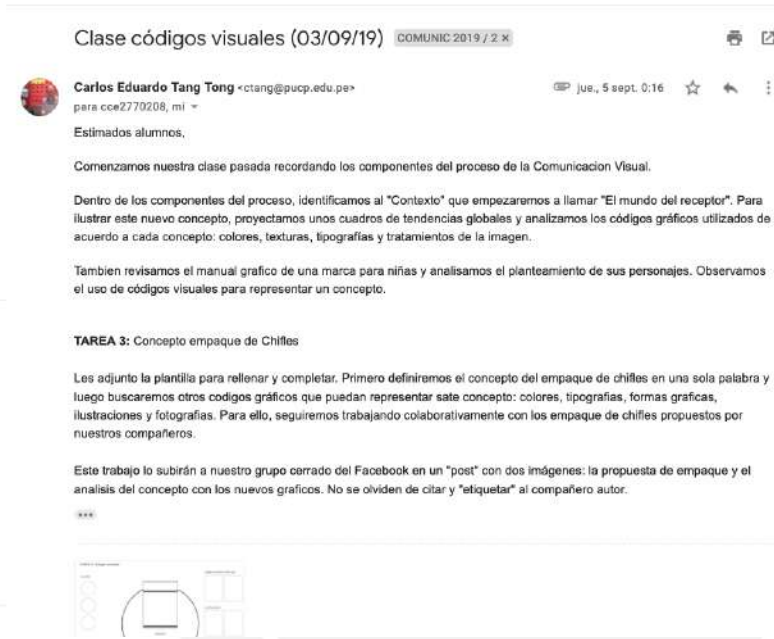


Figura 13. Captura de pantalla correo 03. Fuente: PAIDEA

Actividad en Facebook



Figura 14. Plantilla de trabajo "Tarea 3" realizado por alumno I. Fuente: Facebook

ANEXO 12: Evidencias clase 04

Semana 04

Tema: Público objetivo.

Fecha: martes 10 de setiembre de 2019

Hora: Clase teórica 12:00 m a 2:00 pm

Participantes: Docente innovador y 19 alumnos de 25 matriculados.

Correo enviado:

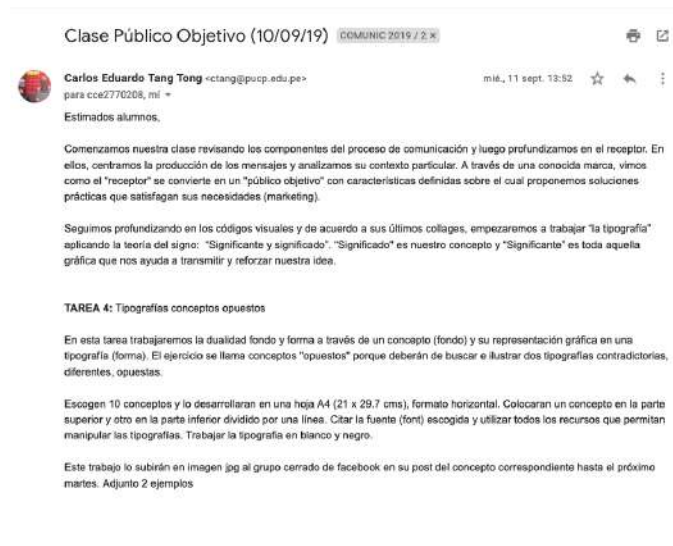


Figura 15. Captura de pantalla correo 04. Fuente: PAIDEA

Actividad en clase:

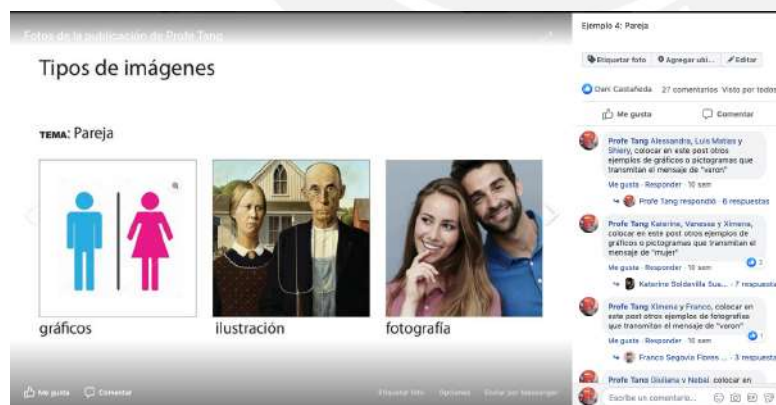


Figura 16. Captura de trabajo Monitoreo 01. Fuente: Facebook