

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ

Escuela de Posgrado



Uso de *Facebook* en el proceso creativo de los estudiantes del curso taller de diseño gráfico 2 del V ciclo de la carrera de comunicaciones en una universidad privada de Lima.

Tesis para obtener el grado de Magíster en Integración e Innovación Educativa de las Tecnologías de la Información y la Comunicación que presenta:

Vanessa Otilia Sanz Barthelmes

Asesora:

Maria Del Pilar Cecilia Garcia Torres

Lima, 2022

RESUMEN

El aprendizaje se ha transformado con la aparición de internet y el desarrollo de las TIC. Desde la pandemia de COVID19 se ha impulsado más la integración del uso de redes sociales como medio tecnológico en e-learning a todo nivel, incluido el universitario. En la enseñanza superior del diseño gráfico, el ejercicio en clase involucra desarrollar un proceso creativo en base a conocimiento formal y semiológico, con retroalimentación docente-estudiante y entre pares, lo que exige un intercambio y acompañamiento personalizado y grupal.

La investigación tiene como objetivos: analizar cómo la red social *Facebook* interviene en el proceso de creación de los alumnos del curso taller de diseño gráfico del V ciclo de las carreras de comunicaciones de una universidad privada de Lima, reconocer las etapas del proceso creativo en diseño gráfico, identificar facilidades de interacción y describir la interacción entre pares y docente-estudiante que puede facilitar la red social. El enfoque metodológico es cualitativo de nivel descriptivo, donde los informantes corresponden a una muestra representativa de estudiantes de tres semestres académicos, usando el método de caso. Se utilizó como técnica e instrumento de recogida de información a la entrevista semiestructurada con su correspondiente guía. Los datos recogidos han sido tabulados en base a la técnica de codificación para su posterior análisis y confrontación con la teoría. De esta manera se concluye que hay coincidencias pero también discusión sobre nuevos caminos para la integración e innovación educativa con el uso de redes sociales como Facebook u otras conocidas por los estudiantes.

Palabras clave: *E-learning, TIC, Redes Sociales, Facebook, Diseño Gráfico, Proceso Creativo, Innovación, Integración.*

ABSTRACT

Learning has been transformed with the appearance of the internet and the development of ICT. Since the COVID19 pandemic, the integration of the use of social networks as a technological means in e-learning at all levels, including university, has been further promoted. In graphic design higher education, the exercise in class involves developing a creative process based on formal and semiological knowledge, with teacher-student and peer comments, which requires personalized and group exchange and accompaniment.

The research has as objectives: to analyze how the social network Facebook intervenes in the creation process of the students of the graphic design workshop course of the V cycle of communications careers of a private university in Lima, to recognize the stages of the creative process in design graph, identify the facilities for interaction and describe the interaction between peers and teacher-student that the social network can facilitate. The methodological approach is qualitative at a descriptive level, where the informants correspond to a representative sample of students from three academic semesters, using the case method. The semi-structured interview with its corresponding guide was extracted as a technique and instrument for collecting information. The data collected has been tabulated based on the coding technique for its subsequent analysis and confrontation with the theory. In this way, it is concluded that there are coincidences but also discussion about new paths for integration and educational innovation with the use of social networks such as Facebook or others known by students.

Keywords: E-learning, ICT, Social Networks, Facebook, Graphic Design, Creative Process, Innovation, Integration.

AGRADECIMIENTO Y DEDICATORIA

A Gabriela, Ernesto y Lucía, mis amados hijos, gracias por su paciencia y comprensión, este esfuerzo es para ustedes.

A mi querida abuelita Otilia, mi ángel, quien siempre me ha inspirado y alentado con su frase “El que estudia triunfa”.

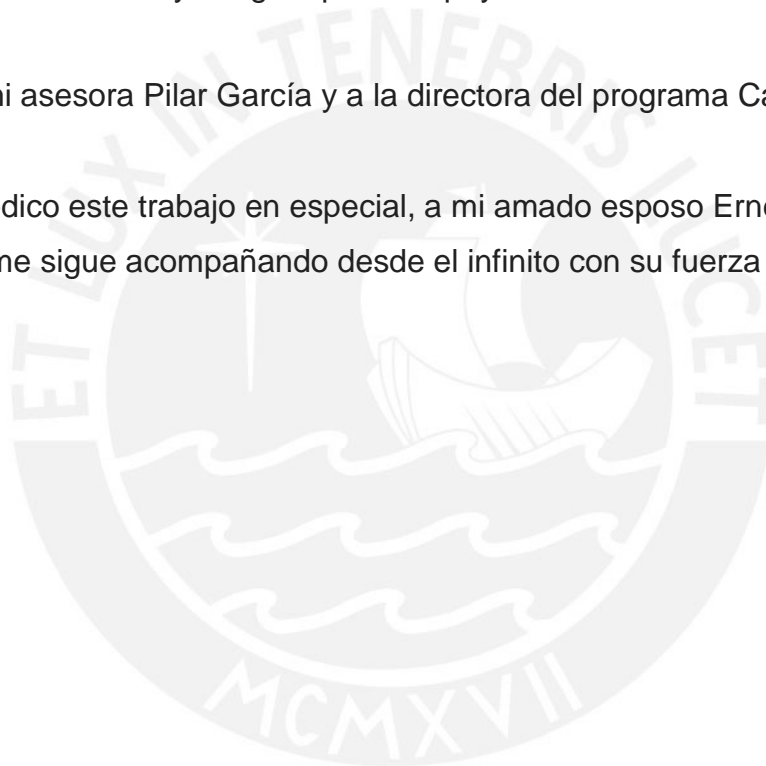
A mis padres que se esforzaron por brindarme la mejor educación.

Agradezco a mis alumnas y alumnos, sin ellos esto no sería posible.

Agradezco a los familiares y amigos que me apoyaron en los últimos tiempos para este fin.

Agradezco a mi asesora Pilar García y a la directora del programa Carol Rivero.

Finalmente, dedico este trabajo en especial, a mi amado esposo Ernesto Alayza Sueiro, quien me sigue acompañando desde el infinito con su fuerza ¡Lo vamos a lograr!.



ÍNDICE

Introducción	1
PRIMERA PARTE: MARCO DE LA INVESTIGACIÓN	3
CAPÍTULO I. CREATIVIDAD Y PROCESO CREATIVO EN DISEÑO	3
1.1. Reflexiones sobre la Creatividad	4
1.2. El Proceso Creativo en Diseño	6
1.3. Etapas del Proceso	8
CAPÍTULO II. REDES SOCIALES Y APRENDIZAJE	12
2.1. Redes Sociales: <i>Facebook</i>	13
2.2. <i>Facebook</i> y aprendizaje colaborativo	15
SEGUNDA PARTE: DISEÑO METODOLÓGICO Y RESULTADOS	19
CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO	19
3.1. Problema de Investigación	19
3.2. Objetivos de la investigación	20
3.3. Categorías de la investigación	20
3.4. Enfoque metodológico, tipo y nivel de la investigación	21
3.5. Método de la investigación / informantes	22
3.6. Técnicas e instrumentos	23
3.6.1. Diseño de instrumentos	23
3.6.2. Validación de instrumentos	23
3.6.3. Aplicación de instrumentos	24
3.7. Procedimiento para organizar la información recogida	25
3.8. Protocolo de consentimiento informado	28

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	29
Conclusiones	42
Recomendaciones	44
Referencias Bibliográficas	45
Anexos	49



ÍNDICE TABLAS

Tabla 1: Proceso de Diseño	8
Tabla 2: Categorías de Investigación	20
Tabla 3: Codificación de la Información Recogida	25
Tabla 4: Respuestas Codificadas por Entrevistado	27

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Factores de Creatividad	5
Figura 2: Los Seis Sentidos de la Era Conceptual	5



Introducción

En los últimos años, uno de los desafíos de la educación es la integración de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), como soporte para la interacción y mediación de aprendizajes (de diversa índole). Los estudiantes actuales viven una realidad dentro del mundo de las TIC, donde la educación virtual ha tomado relevancia, siendo uno de los principales medios para lograr los objetivos de enseñanza-aprendizaje. Más aún, a raíz de la pandemia de COVID19, que ha impulsado más la integración de las redes sociales, entre ellas *Facebook*, en nuestra vida cotidiana.

Las redes sociales han sido consideradas un espacio informal, fuera del ámbito académico. Sin embargo, las posibilidades que brindan para asistir a las clases virtuales, más aún desde el punto de vista de la enseñanza del diseño gráfico, una actividad proyectual, y dentro del ámbito de la comunicación visual, que se desenvuelve principalmente desarrollando un proceso de creatividad, es la motivación principal para realizar esta investigación. Este proceso representa una serie de acciones a realizar por etapas, partiendo desde varias condicionantes y apuntando a la solución de un problema visual, que determine un camino innovador como salida.

En esta investigación se precisa, dentro del primer capítulo del marco teórico, algunas definiciones sobre la creatividad, el proceso creativo y sus etapas aplicadas a la disciplina del diseño gráfico. Con ello se pretende exponer lo que implica diseñar para luego dar pase a lo que es el uso de las redes sociales dentro del campo académico y sus funcionalidades para la enseñanza de materias como el diseño gráfico. El potencial educativo de las redes sociales es «prácticamente ilimitado», pero las prácticas pedagógicas actuales a menudo no consiguen capturar este potencial, ya que el legado del modelo de flujo de información en un solo sentido utilizado en muchas aulas ralentiza la innovación (Siemens y Weller, 2011). El paradigma educativo parece necesitar un ajuste de perspectiva cuando se trata de llevar adelante una clase íntegramente virtual, existen ventajas pero también se presentan retos, especialmente para los docentes. Es por ello que, en el segundo capítulo, se define como objetivo general: analizar cómo la red social *Facebook* interviene en el proceso creativo de los alumnos del curso taller de diseño gráfico y de manera más específica:

el reconocimiento de las etapas del proceso creativo en diseño gráfico, la identificación de facilidades de interacción con *Facebook* y el describir la interacción entre pares y docente-estudiantes que puede facilitar la red social.

El planteamiento de esta investigación empírica dentro de la línea del aprendizaje potenciado o mejorado por la tecnología, es desde el enfoque metodológico cualitativo, porque otorga la posibilidad de explorar con flexibilidad la muestra de estudio desde una perspectiva innovadora e integradora de los espacios sociales virtuales en la enseñanza de la creatividad. Esta apertura al momento de la recolección de datos, ayudó a generar un clima cómodo para con la población a consultar. Además, conforme se avanzó se tuvo la oportunidad de introducir nuevos cuestionamientos para lograr precisar a mayor detalle o encaminar direcciones complementarias a las áreas inicialmente definidas. Se ha utilizado la técnica de entrevista semiestructurada, para la cual se diseñó el instrumento desde la definición de tres categorías de estudio y seis subcategorías inicialmente, con once preguntas en total. Este instrumento fue validado por dos expertas en materia de uso de las TIC para la educación.

Como resultado de este análisis se esperaba encontrar respuestas que se dirijan hacia los objetivos, lo que estuvo presente, sin embargo también hubo una serie de observaciones que se dirigieron de manera particular hacia la interacción entre pares y con la docente, dentro de la construcción del aprendizaje en conjunto, la relación comunitaria entre los estudiantes y cómo eso fue una fuente de motivación para el proceso creativo.

En el futuro una investigación de este tema podría no limitarse al análisis de una red social, debido a que los estudiantes también están muy familiarizados con Discord, Instagram o TikTok, en la medida que estas otras redes sociales sean integradas a la dinámica de clase o formen parte como alternativa virtual de dictado o recurso para soportar el proceso creativo. Por otro lado, también se podría tener mayores resultados con grupos más amplios, siempre que sea posible de acuerdo a la experiencia de clase, incluso dentro de otros campos educativos de nivel superior.

PRIMERA PARTE: MARCO DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO I: CREATIVIDAD Y PROCESO CREATIVO EN DISEÑO

La Creatividad es una palabra muy usada en los últimos tiempos, toda actividad necesita algo de ella, sin embargo definir qué es, de dónde viene, o cómo se origina, es una tarea que alberga muchos cuestionamientos de orden psicológico, científico y artístico.

Ser creativo parece algo inherente al ser humano, algo que nos ha acompañado desde las cavernas y que nos ha permitido evolucionar y sobrevivir como especie. Dentro de nuestro devenir histórico, no podemos dejar de admirar las obras creadas por civilizaciones, como por ejemplo, del antiguo Perú, de Egipto o de Roma o por genios de la creación como Da Vinci, Beethoven o Picasso.

Para entender cómo se han generado todas estas creaciones es que, en varios estudios se ha tratado de explicar desde diversos puntos de vista el proceso creativo. Las definiciones de creatividad, son múltiples y variadas, y los factores que influyen en la creatividad son innumerables y diversos (Chakrabarti, 2006).

Este capítulo se enfocará en la exposición de diferentes conclusiones que apuntan a reconocer los pasos para ejecutar una creación, aplicados a la disciplina del diseño, como base para comprender el proceso creativo.

1.1. Reflexiones sobre la Creatividad

Dentro de las muchas definiciones existentes sobre Creatividad, se subrayan algunas reflexiones: Zemits (2015, citado por Visser et al., 2017, p. 54) la describe como “la capacidad de adoptar un enfoque inesperado para expresar una visión o un concepto impredecibles”. Esa capacidad para adaptarse nos lleva a lo que señala Mateu (2006, p. 209), “la racionalidad creativa nunca es activada por la misma racionalidad, sino que requiere un oscuro trasfondo irracional que hace las veces de semilla o embrión”. La semilla a la que se refiere el autor abrirá paso a una creación, cuyo resultado no se puede avizorar del todo hasta verlo realizado. Este resultado nunca es inocuo debido a que altera un orden previo considerado natural (Mateu, 2006).

También es importante tomar en cuenta que, como una cualidad natural del ser, la creatividad no se puede aprender de la misma manera que la ciencia (por imitación) Martiniano (2016). En ese sentido, la creatividad requiere trabajo duro, revisión, fracaso, extenso conocimiento y perseverancia (Kaufman, 2016). Hoy en día, las llamadas industrias creativas, por ejemplo: el entretenimiento, la publicidad, el diseño de producto, el marketing, etc. no son los únicos ámbitos donde el proceso creativo está presente. De hecho, la creatividad es una parte esencial de toda actividad humana. Cada vez que proponemos soluciones o encontramos maneras distintas de enfrentar problemas, estamos siendo creativos.

Desde un punto de vista general, la motivación, el conocimiento y la flexibilidad son los principales factores que influyen en la creatividad (Chakrabarti, 2006).

Tal como se muestra en la figura 1, estos factores no son lineales, sino que se alimentan el uno al otro, creando una interdependencia con cada vez mayores respuestas dentro del proceso creativo.

Figura 1

FACTORES DE CREATIVIDAD



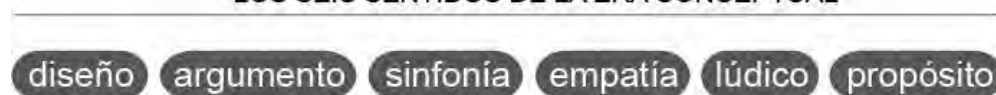
Elaboración propia.

El mundo actual, y en eso la educación es parte de, nos reta a hacer uso de nuestras mejores luces e imaginación para alcanzar un objetivo. En ese sentido, según Pink (2005), hemos pasado de la era de información a la era conceptual, donde debemos complementar lo racional con aptitudes esenciales del hemisferio derecho del cerebro. Se cita a este autor, porque es un antecedente dentro de lo que se puede explicar como proceso creativo, nos ubica en lo contemporáneo y nos ayudará a entender el manejo del proceso con las variables de hoy.

Pink (2005), nos habla de seis aptitudes específicas de concepto elevado y toque elevado que se han vuelto esenciales en esta nueva era.

Figura 2

LOS SEIS SENTIDOS DE LA ERA CONCEPTUAL



Elaboración propia.

A estas aptitudes las llama "los seis sentidos", tal como se aprecia en la figura 2 y se describen a continuación. Diseño: no solo funcional sino también atractivo. Narración: argumento, pero también narrativa convincente. Sinfonía: enfoque pero también síntesis. Empatía, no sólo lógica. Jugar: el factor lúdico es necesario. Sentido: tener un propósito, un significado. Entonces, podemos entender que la creatividad tendrá un camino más prometedor si tomamos en cuenta dichas aptitudes, debido a que pueden ayudar a desarrollar una mente completamente nueva como exige esta nueva era (Pink, 2005).

1. 2. El Proceso Creativo en Diseño

Según Real Academia Española (2001), crear significa: establecer, fundar, introducir por vez primera algo; hacerlo nacer o darle vida, en sentido figurado. Por otro lado, la palabra proceso es el conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial. Podemos entender entonces que, el proceso creativo es el conjunto de acciones sucesivas mediante las cuales se establece o introduce una idea o concepto con la intención de dar una solución a alguna situación, problema o dificultad específica, y así proponer un camino nuevo.

Para mantener la claridad con respecto a este proceso, cabe señalar que a diferencia del proceso creativo artístico, donde la expresión individual del creador es fundamental sobre la funcionalidad o el comportamiento esperado del receptor de la obra, estas últimas solo se contemplan al finalizar el trabajo. En cambio, en Diseño las limitaciones de acuerdo al objetivo que se pretende lograr, el usuario al que se dirige, la función que debe desempeñar, son limitantes principales desde un primer momento del proceso creativo que surge de la definición del problema y conduce a muchas etapas: insight, reflexión, juicio, implementación, azar y pensamiento convergente (Bonnardel et al., 2018).

Para los investigadores Gero (2004) y Howard et al., (2008), citado por Bonnardel et al., (2018), basados en el trabajo de funcionalidad, comportamiento y estructura, fue necesario proponer una nueva descripción del proceso de diseño creativo la cual consta de 8 etapas, un modelo dinámico en el que es posible la retroalimentación entre ellas. Este dinamismo es el que puede permitir que el proceso creativo tenga una fuente constante de autocrítica, innovación, estimulación, azar, pensamiento convergente y manejo de lo disruptivo.

En Diseño Gráfico, al comenzar un proyecto, cada diseñador sigue una lógica conceptual que luego traduce gráficamente hasta obtener el producto final (Pontis, 2009). Esta lógica, se produce de manera natural y flexible, sin embargo ha sido objeto de estudio y de organización para obtener una metodología. Así es como, el principal valor de un proceso modelo, es su capacidad para actuar como una especie de guía de nuestros esfuerzos, permitiéndonos adaptarlo a las necesidades del proyecto en cuestión (Nini, 2006).

La inspiración como tal puede ocurrir en un lapso de tiempo indeterminado, o puede ser provocada instantáneamente por una causa específica o azarosa. La creatividad en el proceso de diseño suele caracterizarse por la ocurrencia de un significativo evento: el llamado "*creative leap*" (salto creativo), desde el cual comienza a surgir el concepto clave (Dorst y Cross, 2001). La exploración de imágenes contribuirá en este punto, debido que, aquella idea o concepto no llega nunca de la nada y tampoco queda igual, suele ser el punto de partida de una transformación.

Siendo la disciplina del diseño gráfico, un proceso de creación visual con un propósito que debe cubrir exigencias prácticas (Wong, 1989), será un poco complejo comprender este conjunto de acciones sin antes reconocer qué elementos y habilidades tendrá que adquirir el diseñador o quien se desempeñe como tal, en el ejercicio creativo.

Tratando de esbozar una descripción, básicamente el diseño gráfico consiste en el uso de elementos visuales como tipografía e imágenes con la finalidad de resolver un problema de comunicación social de manera gráfica. Ello implica la aplicación de habilidades artísticas influenciadas por factores externos e internos (de Rooij et al., 2021). Los elementos visuales que se estudian para tener este manejo formal son: línea, forma, color, texto, volumen, espacio, textura, valoración, entre los más importantes.

También, dentro de lo formal, se deben manejar los principios del diseño, que son los conceptos básicos de composición que ayudarán a utilizar los elementos de una manera u otra para lograr comunicar visualmente la idea lo más eficientemente posible. A todo esto se suma la capacidad de observación y el bagaje visual que sirven para relacionar imágenes y símbolos que ayuden a identificar, en contextos y hacia públicos determinados, una idea o concepto.

Complementando lo formal, aquel que se desempeña dentro del mundo del diseño gráfico, idealmente debe ser consciente de su rol en la sociedad. Si bien todos somos el producto de una construcción social, por ende somos hijos de la sociedad en la que crecimos y nos desarrollamos, el diseñador debe tomar muy en cuenta esto, ya que el discurso social de cualquier índole, pasa por la comunicación gráfica y muchas

veces cumple con acierto o con desacierto, su función a través de ella. El diseño gráfico es la actividad que organiza la comunicación visual en la sociedad. Se preocupa por la eficiencia de la comunicación... con responsabilidad social (Frascara, 1988).

Frascara (2000) manifiesta que el rol de las comunicaciones visuales no termina en su producción y distribución, sino en su efecto sobre la gente. La motivación para su creación y el cumplimiento de su propósito se centra en la intención de transformar una realidad existente en una realidad deseada. Esta realidad no está constituida por formas gráficas, sino por personas. (p. 2)

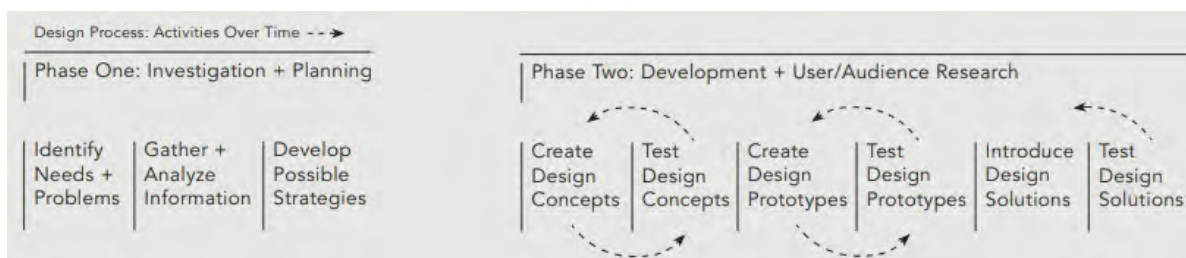
1. 3. Etapas del Proceso

Existen varios esquemas que explican las fases o etapas del proceso creativo. Se tratará de complementar la descripción de dicho proceso, tomando en cuenta lo sustancial de cada uno de ellos.

Al plantear la oportunidad de resolver gráficamente un problema, la primera parte del proceso deberá canalizarse en analizar la situación. Es así que, el proceso de diseño básico, según Nini (2006), se puede dividir en dos fases distintas como se puede apreciar en la tabla 1.

Tabla 1

PROCESO DE DISEÑO



Nini (2006).

La primera fase está dedicada a la investigación del problema de diseño y el planteamiento de estrategias para abordar los principales problemas encontrados (Nini, 2006). Es importante determinar desde qué punto se parte, cuales son las

carencias que originan el problema, para luego identificar las ideas o conceptos que ayudarían a mejorar la comunicación o a hallar una solución.

En este punto, cabe mencionar algunos indicadores de creatividad, según Ibáñez (1985), estos nos pueden ayudar en esta etapa del proceso, por ejemplo:

1. Sensibilidad para detectar necesidades y problemas y a partir de ello establecer estrategias para resolverlos.
2. Flexibilidad mental o capacidad para enfocar la realidad desde múltiples puntos de vista manteniendo una actitud favorable hacia el cambio cuando se estima válido, para así superar rutinas y estructuras rígidas.

La realización de un *Brief* o resumen breve de las características del problema, donde se recolecta información sobre lo que espera el cliente o la necesidad de una solución determinada, es un documento importante que ayuda a iniciar la investigación y posterior planteamiento de estrategia.

Esta etapa corresponde a la de formulación según Howard et al. (2008), citado por Bonnardel et al.(2018), donde se interpretan las restricciones, es decir se estudian los requerimientos y limitaciones, además de contrastar con el comportamiento esperado, algo así como realizar una investigación sobre lo que se desea solucionar con el diseño, contemplando la posible respuesta que se esperaría por parte del usuario final. Esto conduce a la siguiente etapa de síntesis y solución potencial, donde se plantea la propuesta desde la definición de un concepto que concentre la solución potencial, expresada visualmente a través de uno o varios bocetos.

La segunda fase está dedicada a desarrollar conceptos de diseño y perfeccionar los prototipos y soluciones (Nini, 2006). En este segundo momento, cuando se elige y se desarrolla la idea que pueda ser representada gráficamente, es donde ingresará a escena toda la preparación visual, manejo de elementos y principios de composición, habilidades y bagaje visual del diseñador. Durante esta etapa, será necesario discriminar el uso de imágenes, formas, letras, colores, etc. para buscar expresar eficazmente la propuesta o posible solución. A través de bocetos o prototipos se ensaya cómo componer en el espacio para comunicar asertivamente el concepto elegido.

La transformación se irá desarrollando, dando forma a la solución o soluciones posibles cada vez con mejor precisión. A manera de ensayo-error irá surgiendo cómo y cuándo se alcanzará el logro.

En esta segunda etapa será importante identificar los siguientes indicadores de creatividad, según Ibáñez (1985):

1. Fluidez o productividad. El creativo multiplica los productos, no se detiene en las primeras propuestas y una vez acabada su obra, siente el impulso de seguir más allá en busca de nuevas metas.
2. Originalidad. El creativo deja en sus obras una huella inconfundible que las caracteriza como únicas, irrepetibles, su opuesto es la copia, lo rutinario, lo estacionario.
3. Elaboración. Para que una obra alcance el rango de innovadora hace falta que su creador le dé ese toque último de gracia y perfección que gana el ánimo del público, ese poder de convicción que argumenta y atrapa.

Lo que corresponde a esta segunda fase que plantea Nini sería, según Howard et al. (2008), citado por Bonnardel et al. (2018), las etapas de síntesis y análisis donde se estima el efecto en el comportamiento esperado del usuario de acuerdo a la propuesta planteada, la elección del boceto idóneo y el planteamiento de la ejecución, o sea de la estructura. Luego de esto, la etapa de evaluación de acuerdo al comportamiento esperado y la etapa de ajustes.

En la evaluación, se hace un testeo con el público objetivo, o al menos con una muestra de él. En el caso de un salón de clases, eso se desarrolla con procesos de crítica o coevaluación de los pares. Sin embargo, también se puede someter los planteamientos a pruebas de usuarios además de la retroalimentación.

En la etapa de ajustes, es donde se especifica al detalle todo aquello que permita mejorar el diseño para dar solidez a la propuesta.

Es interesante observar que cuando la evaluación de la propuesta no es satisfactoria, se puede reformular desde el principio, de acuerdo a lo errado, ya sea en la estructura inicial, en el comportamiento esperado o en la función que debe cumplir. Por otro lado,

puede considerarse el perfeccionamiento o ajuste de la propuesta incorporando mejoras, para así avanzar hacia la implementación de la solución final.

Hay una constante retroalimentación entre cada fase del proceso, lo que otorga dinamismo. Cuando se comparte o se lleva a cabo la implementación del proceso en un grupo de estudio, los estudiantes comparten sus propuestas, intercambian opiniones, críticas, fracasos, rupturas, etc. y el ingreso del azar se relaciona con cada etapa como una manera de pensar fuera de la caja (Bonnardel et al., 2018). Es aquí donde hace aparición el pensamiento casual y convergente.

El proceso creativo y sus etapas, dada la naturaleza de la creatividad que encierra aptitudes específicas para desarrollarse y que necesita un entorno que promueva y nutra ese camino, ¿se podrá sostener en la virtualidad social?



CAPÍTULO II. REDES SOCIALES Y APRENDIZAJE

Hoy en día, en esta nueva era desde la pandemia mundial de la COVID19, uno de los retos más importantes ha sido poder sostener la viabilidad de la educación. Varios países han podido retornar progresivamente a impartir clases en aulas presenciales, sin embargo el Perú está rezagado, y es de los pocos que ha empezado a retornar luego de casi dos años con únicamente enseñanza virtual.

En el entorno universitario, las plataformas virtuales no son novedad, ya han existido desde por lo menos una década o dos atrás, no obstante los estudiantes siguen teniendo la impresión de rigurosidad y formalidad al usarlas.

En ese camino las redes sociales, se presentan como una alternativa cercana y de fácil acceso, además de tener un uso muy difundido entre las generaciones más jóvenes. Para ellos son consideradas como la nueva forma de vivir, comunicarse y trabajar, se han convertido en una influencia dominante entre los jóvenes, la mayoría estudiantes, diariamente pasan más tiempo en estas plataformas (Zabidi y Wang, 2021). Son este tipo de aplicaciones las que se vienen integrando, de diferentes maneras, con la enseñanza semipresencial o virtual.

Oh et al. (2020) manifiestan que:

El empleo de las redes sociales en la educación superior puede mejorar el nivel de motivación por el aprendizaje de los estudiantes, quienes ya utilizan estas plataformas todos los días. Las redes sociales también ayudan a los estudiantes a encontrar información fácilmente, lo que les permite resolver los problemas que encuentran mientras realizan sus tareas. Asimismo la accesibilidad en el uso de dispositivos inteligentes trasciende el espacio y el tiempo de un aula física. (p. 43)

En este capítulo se expondrán las opciones que otorga la red social *Facebook* y sus implicancias en el aprendizaje.

2. 1. Redes Sociales

En internet, “las redes sociales incluyen a una amplia gama de aplicaciones que permiten a los usuarios crear, compartir, comentar y discutir contenidos digitales” (Manca y Rainieri, 2015), entre ellos, *Facebook* lidera el ranking mundial, de tal forma que tres de cada diez usuarios que acceden a Internet en algún lugar del planeta (35,85%) visitan este sitio web (Túñez López y Sixto García, 2012).

En Perú, el uso de la red social *Facebook* a nivel urbano e incluso rural en adultos llega al 49.3%, dentro de ellos el 52.3% hombres y 46.4% mujeres. El 80.3% de los usuarios tienen entre 18 y 29 años de edad (Instituto de Opinión Pública de la PUCP, 2016). Esta información nos da un alcance de la capacidad de acogida y uso de esta red y su potencial como medio para fines educativos dentro de una población en edad universitaria.

Internet ha cambiado las relaciones de poder tradicionales en la enseñanza. Hoy en día los estudiantes tienen una participación mucho más activa en las redes, además tienen acceso de primera mano a investigadores, blogs, publicaciones, etc. Los docentes universitarios no estamos ajenos a ello y tampoco al uso de esta red social y su influencia en las vidas de los estudiantes. Nuestro rol de enseñanza en la red se ha vuelto el de un promotor.

Por otro lado, las propuestas institucionales de virtualidad, creadas especialmente a través de plataforma *Moodle*, por ejemplo, no han generado el impacto que las redes sociales tienen en los alumnos, por ello hay investigaciones que proponen en lugar de motivar al alumno a entrar en los entornos educativos, ¿por qué no llevar los contenidos académicos a los entornos en los que acostumbra a estar el alumno? (Túñez López y Sixto García, 2012).

El proyecto de investigación-acción de la Universidad de Chipre (Souleles, 2012), con alumnos de pregrado del curso de comunicación visual brindó como resultado la posibilidad de integrar el uso de *Facebook* en una determinada unidad de estudio como parte de la experiencia de enseñanza aprendizaje. En este caso, se identificaron beneficios educativos como el apoyo entre pares y la retroinformación

formativa. También el proceso reveló una serie de retos a tener en cuenta, entre ellos, la actitud y la percepción de los estudiantes, por ejemplo lo que debe y no debe ocurrir en *Facebook* y el rol del docente en la red social. También se determinaron conexiones con los resultados de aprendizaje que se esperaban de acuerdo a la naturaleza de los temas que surgieron.

Teniendo en cuenta una propuesta diferente a la enseñanza enfocada solo en el individuo, las comunidades de redes ofrecen soluciones más eficaces para las múltiples demandas de aprendizaje que desafían el modelo tradicional (Linhares y Chagas, 2015). Entonces, el formular una nueva dinámica de trabajo en espacios semi-presenciales o virtuales, donde apoyados por las redes sociales, nos genere la posibilidad de un proceso de enseñanza aprendizaje más provechoso, donde la construcción conjunta entre pares sea una constante y además en una dinámica, donde la sincronía, la ubicuidad y la horizontalidad faciliten al alumno su participación en el debate de ideas y creación de conceptos, no sólo es un reto para el rol del docente sino que sugiere un planteamiento distinto del desarrollo de clases.

Este planteamiento tiene el reto de superar la idea limitada al ámbito meramente social de *Facebook*, *Instagram*, entre otras. Aunque, “las redes sociales suelen ser vistas como un escenario fuera de la estructura académica, puede funcionar como un vínculo mediador con las normas más formales relacionadas con la universidad, una especie de territorio intermedio sin mayores precedentes” (Cuesta et al., 2016, p. 68).

Facebook es una plataforma centrada en el usuario, una red que parte y se configura alrededor de él, el usuario es el dueño del espacio y el que establece qué publica y cómo o con quienes se relaciona, creando un hilo de comunicación dinámica con los demás, generando así líneas de interacción social complejas y enriquecedoras (LLorens y Planas, 2011). La elección de esta plataforma virtual, busca no solo establecer una relación entre lo social y el proceso de enseñanza aprendizaje desde la interactividad y el sincronismo, si no también, busca conocer y comprobar la eficacia de su uso como complemento y espacio para el desenvolvimiento semi-presencial o virtual de la materia.

2. 2. *Facebook* y aprendizaje colaborativo

El aprendizaje colaborativo se puede describir como una estructura organizativa mediante la cual un grupo de estudiantes se esfuerza por alcanzar objetivos específicos a través de esfuerzos en común (Zabidi y Wang, 2021). En el aprendizaje tradicional, esto se daba de manera presencial, ahora con la tecnología, esto es posible que funcione virtualmente. La red social *Facebook*, tiene dentro de sus funcionalidades facilidades de interfaz para desarrollar este tipo de aprendizaje.

Los alumnos universitarios representan a una nueva generación que ha crecido con el uso de la tecnología, son naturalmente adaptables a la interfaz de las redes sociales, así mismo en el uso de estas sienten mayor libertad para expresarse y colaborar con el aprendizaje de sus pares. Las relaciones que se entablan de carácter académico, son percibidas con cercanía.

Según Callaghan y Fribbance (2016), ha emergido un argumento a favor de la contribución positiva de *Facebook* en la educación superior, a pesar de existir evidencia que indica un éxito limitado como parte formal del aprendizaje, este desempeño favorable se manifiesta en la creación de comunidades o grupos de aprendizaje que presentan mayor actividad, en un espacio multiparticipativo que conecta para la discusión y la retroalimentación. Este es un punto importante a tener en cuenta por parte de los docentes, debido a que se puede aprovechar esto para fomentar una experiencia de aprendizaje beneficiosa.

Según estudios de la Universidad de Alicante, Iglesias-García y González-Díaz (2014) se comprobó que los alumnos no tienen una actitud negativa ante el uso didáctico de *Facebook*, por el contrario, en este ambiente se ha potenciado su desenvolvimiento al compartir contenidos (audiovisuales, artículos de interés), generar debates, conversaciones y trabajo colaborativo. Sin embargo la transformación se encuentra en el desarrollo del proceso educativo, en la dinámica tanto dentro como fuera del aula.

Según el estudio de Bosch (2009), citado por Prescott et al. (2013, p. 346):
Los profesores declararon que les resultó más rápido y más fácil ponerse en contacto con los estudiantes a través de *Facebook* que a través del contacto

en el aula, y los estudiantes, en particular los tímidos, se sintieron más cómodos haciendo preguntas a través de Facebook.

Según Prescott et al. (2013):

En lugar de ser útil como herramienta de aprendizaje formal, la investigación parece sugerir que *Facebook* es una buena herramienta para fomentar el apoyo entre pares y el aprendizaje informal entre estudiantes, como una mayor comunicación y apoyo sobre el curso contenido y evaluaciones. (p. 346)

El uso activo y social de la red puede considerarse en los planes de clase del docente, podría ser un espacio valioso para el proceso de aprendizaje individual pero sobre todo grupal, aunque a ello se le deba prestar un tiempo mayor fuera de las horas de clase en el aula. Si nos enfocamos en el trabajo grupal, Facebook brinda un espacio virtual en el que colectivos involucrados en un objetivo común se encuentran para discutir, opinar, organizar acontecimientos, enviar información, compartir ideas y propuestas, elaborar contenidos... De esta manera es que aparece una comunidad virtual (LLorens y Planas, 2011).

Por otro lado, en marcos académicos que se relacionan con la creatividad, los espacios de las redes sociales como *Facebook*, favorecen y motivan la internalización de factores extrínsecos en los alumnos hacia una motivación intrínseca, donde los estudiantes obtienen una realización personal al recibir comentarios, ánimo y a partir de ello entienden mejor sus propias capacidades (Oh et al., 2020). Las comunidades de aprendizaje que se generan en la red social, no solo se nutren de las facilidades para compartir información o imágenes, que la propia interfaz brinda, sino que en el intercambio de ideas, opiniones, críticas entre pares van construyéndose como grupo e individualmente con saberes y reconocimiento de sus propios procesos y sus posibilidades de mejora.

Nuevamente Oh et al. (2020), mencionan que la realización personal es el principal beneficio que los estudiantes encontraron al usar las redes sociales. Se motivan cuando reciben comentarios (principalmente positivos) de los demás. Esto los impulsa a esforzarse más y hacer mejor su creación.

También favorece al aprendizaje que las plataformas de redes sociales tengan características multidimensionales ya que contribuyen a una mayor participación como herramienta de apoyo colaborativo, pueden servir para el trabajo en grupo en diferentes tipos de actividades colaborativas de los estudiantes (Zabidi y Wang, 2021). Sin embargo, a pesar de todo lo favorable, es interesante visualizar las dificultades que se puedan presentar en el uso de Facebook para el aprendizaje. Por ejemplo, cuando publicar en las redes sociales se vuelve obligatorio, los estudiantes pueden tratarlo como parte del ejercicio de trabajo del curso. Esto puede crear fácilmente resistencia y presión en los estudiantes, ya que viola su percepción de las redes sociales como algo separado del estudio (Oh et. al, 2020). En ese sentido, plantear un equilibrio desde la guía del docente, alternando otros medios, quizás institucionales, puedan ayudar a no generar una carga académica fuerte, dentro de este espacio social y visto así en el uso cotidiano de los estudiantes.

De acuerdo con Manca (2020), desde la función cognitiva y relacional, las redes sociales parecen desdibujar la distinción entre espacios de aprendizaje, sociales y de ocio, proporcionando así una plataforma para mezclar todo tipo de actividades. Sin embargo, tratando de aprovechar el potencial de Facebook, es necesario que los estudiantes y los maestros revisen las prácticas en colaboración y lleguen a un acuerdo. Planteando una responsabilidad compartida donde el intercambio de recursos, la extensión del contexto educativo, la mezcla de información, la experiencia híbrida se enfoquen en los objetivos de aprendizaje y sean un facilitador para la experiencia de aprendizaje.

Para Giannikas (2020), según los resultados del estudio realizado en la Universidad de Chipre, se sugiere que Facebook es una herramienta social que puede alentar el aprendizaje interactivo y colaborativo dentro de un entorno donde los estudiantes no se encuentran en el sentido tradicional, cara a cara. Por otro lado, también menciona que el contexto de aprendizaje en línea puede alienar a los estudiantes, pero Facebook puede ser el “pegamento pedagógico” que los une y les ayuda a instalarse en la vida de la universidad contemporánea.

En ese sentido, en el contexto de pandemia, las redes sociales han sido un camino útil para aprovechar el aprendizaje cercano y entre pares, que se puede explorar a profundidad con la virtualidad. Las redes sociales, como Facebook, pueden fomentar

procesos de aprendizaje autorregulados, como el establecimiento y la planificación de objetivos, y ayudar a crear espacios de aprendizaje personales o privados a través de contenido autogenerado (Manca, 2020).

De acuerdo a Oh et. al (2020), en el caso de los estudiantes de diseño, donde existe una investigación limitada relacionada con la influencia de las redes sociales en los procesos de aprendizaje, la accesibilidad y conveniencia de las mismas, nos demanda una comprensión clara de los pros y los contras de combinar las redes sociales con la educación lo que sería beneficioso para el futuro del desarrollo pedagógico.



SEGUNDA PARTE: DISEÑO METODOLÓGICO Y RESULTADOS

CAPÍTULO III. DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno o problema (Fernández et al., 2014). De acuerdo a esta definición, se siguió un proceso sistemático teniendo en cuenta el tipo y área de estudio del problema, los objetivos general y específicos de la investigación, los instrumentos de recolección de datos y la manera de organizar y analizar la información recolectada durante la investigación.

3. 1. Problema de Investigación

La virtualidad educativa ha sido una obligación/necesidad de los últimos dos años (2020 y 2021), debido a la pandemia de COVID19. En dichos semestres académicos sólo se impartieron clases de manera íntegramente virtual, a través de la plataforma institucional *Blackboard*. El uso de la red social *Facebook*, se planteó inicialmente como apoyo al desarrollo virtual del curso, mediante la creación de un grupo privado, sin embargo por problemas de conectividad en el uso de la interfaz oficial, la red social tomó un papel principal.

Es ahí cuando se hace notorio el fenómeno de esta red social como complemento activo dentro del desenvolvimiento del curso, dejando inicialmente varias interrogantes, por ejemplo: ¿De qué manera los docentes podemos acercarnos a los alumnos en esta nueva era? ¿Es acaso la red social un espacio apropiado para facilitar la participación, la creatividad y la comunicación con fines académicos? ¿Podrá Facebook facilitar e incluso estimular la relación de los alumnos con el aprendizaje?

Hay suficiente material de estudio e investigación, según Manca (2020), no sorprende que Facebook y Twitter hayan atraído la mayor atención en las revisiones de la literatura sobre uso de redes sociales en entornos universitarios, sin embargo la

virtualización total del curso taller de diseño gráfico con actividades proyectuales que necesita desarrollar un proceso creativo individual y grupal para ejecutar proyectos, nos lleva al planteamiento del problema de esta investigación: ¿Cómo interviene *Facebook* durante el proceso creativo de alumnos del curso taller de diseño gráfico 2 del V ciclo de la carrera de comunicaciones de una universidad privada de Lima?

3. 2. Objetivos de la investigación

Se planteó como objetivo general de la investigación:

Analizar cómo interviene *Facebook* en el proceso creativo de los alumnos del curso taller de diseño gráfico 2 del V ciclo de la carrera de comunicaciones en una universidad privada de Lima.

Y como objetivos específicos:

1. Reconocer las etapas del proceso Creativo en el Curso Taller de Diseño Gráfico
2. Identificar las facilidades de interacción con el uso de *Facebook*
3. Describir la interacción entre docentes y pares que puede facilitar la red social *Facebook*.

3. 3. Categorías de la investigación

Las categorías y subcategorías estudiadas son las descritas en la tabla 2, presentada a continuación.

Tabla 2

CATEGORÍAS DE INVESTIGACIÓN

Categoría 1	Proceso Creativo en el Curso Taller de Diseño Gráfico
Subcategorías	1.1 Reconocimiento de las etapas del proceso creativo en diseño gráfico usando <i>Facebook</i> 1.2 Seguimiento y Retroalimentación

Categoría 2	Identificar las facilidades visuales de interacción con el uso de <i>Facebook</i>
Subcategorías	2.1 Acceso a la interacción 2.2 Facilidad de interacción (archivos e imágenes)
Categoría 3	Interacción entre docentes y pares que puede facilitar la red social <i>Facebook</i>
Subcategorías	3.1 Interacción de individuos (entre pares) 3.2 Interacción con docente 3.3 Metodología

Elaboración propia.

3. 4. Enfoque metodológico, nivel y tipo de investigación

Se ha planteado la investigación de tipo empírico, dentro de la línea del aprendizaje potenciado o mejorado por la tecnología, bajo una metodología cualitativa; para ello, se ha analizado una población de muestra obtenida del universo de estudiantes que concretamente fueron alumnos del curso de taller de diseño 2, durante los semestres académicos 2020-1, 202-2 y 2021-1, los cuales tuvieron un dictado íntegramente virtual y que utilizaron el grupo creado en *Facebook* para fines académicos del curso y como alternativa al aula virtual institucional. Cabe señalar que, la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorando desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con su contexto (Fernández et al., 2014). En ese sentido, la investigación presenta un enfoque cualitativo, con paradigma interpretativo, debido a que da la posibilidad de explorar con flexibilidad la muestra de estudio.

Asimismo, el nivel de alcance de la investigación es descriptivo, con lo cual se ha buscado entender e interpretar la integración de la red social *Facebook*, su uso innovador y su aprovechamiento como mediador del aprendizaje durante el proceso creativo de los estudiantes, pretendiendo identificar cómo estos medios sociales, tan

populares entre los jóvenes, podrían servir para reforzar la orientación hacia el logro, además de dejar una evidencia que pueda servir como objeto para otros estudios en diferentes campos de grado superior, donde se pueda profundizar más sobre la utilidad de las redes sociales.

Cabe mencionar que, los estudios descriptivos buscan especificar propiedades y características importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describen tendencias de un grupo o población (Fernández et al., 2014).

3. 5. Método de la investigación/ informantes

Para llevar a cabo la investigación se usó el método de caso, que según Chetty (1996), citado por Carazo (2006) permite explorar de manera más profunda y así obtener un conocimiento más amplio sobre cada fenómeno, lo cual permite la aparición de nuevas señales sobre los temas que emergen, esto también genera mayor apertura por parte del investigador para considerar estos nuevos caminos y alternativas que puedan aparecer dentro de la investigación.

La selección de informantes ha estado conformada por 12 estudiantes, dentro de aquellos alumnos que aprobaron el curso durante los semestres académicos de pandemia: 2020-1, 2020-2 o 2021-1, el que ha sido dictado íntegramente en modalidad virtual. La población comprende 9 mujeres y 3 hombres, cuyas edades oscilan entre los 20 y 23 años, y cursan las especialidades de comunicación y publicidad, comunicación y marketing, comunicación e imagen empresarial, y comunicación audiovisual en la facultad de comunicaciones de una universidad privada de Lima.

La convocatoria fue realizada a través de los grupos de *Facebook* que se crearon en cada semestre académico para cada horario del curso y los estudiantes se fueron contactando espontáneamente, a través del messenger o del e-mail.

Cada uno de los interesados en participar ha sido finalmente seleccionado de acuerdo a su desempeño cuando llevó el curso. Solo se aceptó para formar parte de la investigación a aquellos que en su momento aprobaron con nota superior a 17 (dentro de una escala donde 20 es el máximo y 13 es el mínimo aprobatorio).

Asimismo, también se contempló que los elegidos hayan aprobado el curso anterior Taller de Diseño 1, con la misma docente.

3. 6. Técnica e instrumentos

Se consideró apropiado utilizar la técnica de entrevista semiestructurada con orientación abierta, flexible e inductiva, de acuerdo a los objetivos de la investigación. Según Fernández et al. (2014), “las entrevistas semi estructuradas se basan en una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información”.

3. 6. 1. Diseño de instrumentos

Se diseñó el instrumento construyendo la guía de entrevista, la cual se adjunta al final del presente documento como anexo 1. En ella se plantean 11 preguntas en total, de acuerdo a las 3 categorías, 6 subcategorías apriorísticas.

Una vez hecha la selección, se procedió a programar las entrevistas vía Zoom para cada participante. Sin embargo, en el transcurso de la aplicación del instrumento, surgió una subcategoría emergente, dentro de la tercera categoría: Interacción entre docentes y pares que puede facilitar la red social *Facebook*, esta tuvo que ver con la metodología pedagógica.

Cabe mencionar que, algunas preguntas fueron ampliadas o complementadas de acuerdo a las respuestas alcanzadas durante el desarrollo mismo de las entrevistas. Se había contemplado que ocurriese eso, de manera espontánea durante el proceso, por ello se mantuvo una actitud abierta durante el proceso de recolección de información.

3. 6. 2. Validación de instrumentos

La validación de los instrumentos estuvo a cargo de dos expertas en el campo de las TIC para la educación:

- Lea Sulmont Haak, educadora y especialista en tecnologías e innovación educativa, doctora en educación y tecnología por la Universidad de Lille - Francia, con amplia experiencia en la virtualización del aprendizaje. Ha sido miembro del Consejo Nacional de Educación de Perú.

- Laura León Kanashiro, comunicadora e investigadora académica de la Universidad de Lima en el campo de las TIC aplicadas a la educación de niños y adolescentes, con magister en TIC para el desarrollo por la Universidad de Manchester - Reino Unido y candidata a doctora en antropología por la Pontificia Universidad Católica del Perú.

Cada una de las expertas alcanzó observaciones formales, por ejemplo con respecto a la organización de la pregunta 7, la cual fue subsanada para que sea más clara y sencilla de entender; así como también observaciones de contenido, por ejemplo la pregunta 1, que se modificó para lograr concretar la orientación y finalidad de lo que se esperaba recoger.

Para tener una mejor comprensión de este proceso, se puede revisar el Anexo 2, donde se encuentra la propuesta original de preguntas y la modificación de las mismas, de acuerdo a las sugerencias, según el caso.

A ambas especialistas se les alcanzó el expediente de validación, compuesto por:

1. Carta de invitación
2. Cuadro de conceptualización de las categorías y subcategorías planteadas para el estudio,
3. Matriz de coherencia, donde se especifican los objetivos de estudio (general y específicos), las categorías y subcategorías, las técnicas e instrumentos de recogida de datos y las fuentes de información (Anexo 3).
4. Hoja de evaluación del juez con los criterios a evaluar.

3. 6. 3. Aplicación de instrumento

La aplicación del instrumento se hizo luego de contactar a los informantes que resultaron seleccionados a través de la convocatoria en los grupos de facebook, aún vigentes, integrados por alumnos del curso de los tres diferentes semestres académicos (2020-1, 2020-2 y 2021-1). Conforme se fueron contactando, vía e-mail o vía mensajería, se concertaron citas vía *Zoom* para realizar las entrevistas virtuales, previa recolección del protocolo de consentimiento informado debidamente firmado por el participante.

Cada entrevista tuvo una duración de aproximadamente 30 a 40 minutos, fueron grabadas con autorización de los entrevistados y posteriormente fueron transcritas en su totalidad.

A cada participante se le asignó un código, por ejemplo E-01, E-02, etc., para de esa manera mantener la confidencialidad y la neutralidad. La aplicación del instrumento en toda la población de informantes tuvo una duración de aproximadamente 2 semanas.

3. 7. Procedimiento para organizar la información recogida

Una vez reunidos todos los resultados, de acuerdo al código de cada entrevistado, se codificaron también los hallazgos comunes que se presentaron en las respuestas de cada una de las subcategorías.

En los hallazgos se identificaron palabras o frases recurrentes, por ello se asignaron códigos de acuerdo al patrón que surgió en cada una de las subcategorías apriorísticas de estudio. Sin embargo, surgió una nueva subcategoría durante la ejecución de las entrevistas, la cual también fue debidamente codificada, tal como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3

CODIFICACIÓN DE LA INFORMACIÓN RECOGIDA

Categoría	Subcategoría a priori	Subcategoría emergente	Código (frases/ palabras recurrentes)
I. Proceso Creativo en el Curso Taller de Diseño Gráfico	A. Reconocimiento De Las Etapas Del Proceso Creativo En Diseño Gráfico Usando Facebook		1. Reconocimiento de etapas
			2. Agilidad en proceso creativo 3. Retroalimentación grupal
	B. Seguimiento y Retroalimentación		4. Acompañamiento grupal 5. Comunicación permanente

II. Identificar las facilidades de interacción con el uso de <i>Facebook</i>	C. Acceso a la Interacción		6. Alta accesibilidad
	D. Facilidad De Interacción (Archivos e Imágenes)		7. Interfaz muy familiar 8. Alta usabilidad
			9. Eficiente subida y descarga de imágenes
III. Interacción entre docentes y pares que puede facilitar la red social <i>Facebook</i>	E. Interacción De Individuos (Entre Pares)		10. Mayor libertad en participación 11. Aprendizaje compartido 12. Registro visible de trabajos 13. Sugerencia de acceso a audio comentarios y video comentarios
	(F. Interacción Con Docente)	F. Relación con docente	14. Cercanía 15. Disponibilidad
		G. Metodología	16. Metodología dinámica y oportuna 17. Lenguaje digital

Elaboración propia.

Asimismo, la transcripción y la organización de los resultados se volcaron en un documento excel a manera de cuadro. Esto permitió realizar una matriz con tabulación de preguntas y respuestas de acuerdo a cada categoría y subcategoría por entrevistado, así se identificaron palabras o frases recurrentes que resumen ideas, a las cuales se les colocó un código, es decir un número, como consta en la Tabla 3, vinculando cada código con las respuestas recabadas por entrevistado, como se muestra en la Tabla 4.

De esta manera se facilitó contrastar los hallazgos con el marco teórico, abriendo posibles luces para generar discusión.

Tabla 4

RESPUESTAS CODIFICADAS POR ENTREVISTADO

Categoría	Subcateg.	Preg. #	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12
I	A.	1.	1	1	-	1	1	-	1	-	1	1	1	1
		2.	3	3	2 3	2	3	2 3	2	2 3	2	3	3	2 3
	B.	3.	4	4	4 5	5	5	4 5	-	4 5	5	4	5	-
II	C.	4.	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
	D.	5.	8	7	7	7	8	8	8	7	7	7	7	7 8
		6.	9	9	-	9	9	9	9	9	-	9	9	9
III	E.	7.	11	-	11	-	11	11 12	11	11	11	11	11	11 12
		8.	10	12	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
		9.	10	13	10 13	10	10 13	10 13	13	13	11 13	11 13	13	10 13
	F.	10.	14	14 15	14 15	14	15	15	14 15	14	14	14	-	14

	G.	11.	16 17	16	16	16 17	-	16	16	16	16 17	17	-	17
--	----	-----	----------	----	----	----------	---	----	----	----	----------	----	---	----

Elaboración propia.

3. 8. Protocolo de consentimiento informado

Antes de realizar las entrevistas, se alcanzó a cada participante vía e-mail el protocolo de consentimiento informado, siguiendo la pauta de ética de la Pontificia Universidad Católica del Perú (2017), según la cual, esto consiste en la expresión de la voluntad de un individuo de participar, directa o indirectamente, en una investigación científica como sujeto de experimentación o estudio.

En dicho documento se explica a los informantes los alcances de la investigación y el carácter estrictamente académico y privado de los datos que se recopilaran (ver Anexo 4), evitando así persuadir o “convencer”, sino ofreciendo una oportunidad para formar parte de un estudio científico que puede tener beneficios indirectos para él o ella, y beneficios directos para la colectividad o la sociedad en su conjunto (PUCP, 2017).

Cada uno de los participantes entregó dicho documento cumplimentado con los datos requeridos y firmado, el día de la programación de su entrevista, previamente pactada, al inicio de la misma. De esta manera se les otorgó un tiempo prudente para que pudieran leer y revisar a cabalidad el consentimiento informado y que pudieran decidir con total libertad.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Tomando en cuenta la codificación expuesta en la Tabla 3, se ha realizado el análisis y discusión de los resultados recogidos de las entrevistas.

En la **categoría de estudio I**: proceso creativo en el curso taller de diseño gráfico, las respuestas nos muestran que hay un conocimiento mayoritario de las etapas del proceso, lo que corresponde a la **subcategoría A**: reconocimiento de las etapas del proceso creativo en diseño gráfico usando *Facebook*, **código 1**. Partiendo de las siguientes nueve palabras relacionadas con dicho proceso: Investigación, conceptualización, bocetación, crítica, ideación, planificación, implementación, desarrollo, corrección; 9 estudiantes de un total de 12 han reconocido cinco o más de ellas, ordenadamente de acuerdo a la cronología del proceso. Dentro de estas cinco palabras mencionadas por los estudiantes coinciden: investigación, conceptualización, bocetación, desarrollo, retroalimentación. Los otros 3 alumnos reconocieron al menos 4 de ellas.

Cabe recalcar que, según Nini (2006), básicamente lo que se involucra en las etapas del proceso de diseño, se divide en dos grupos, el primero donde se ubica la investigación y con ello el planteamiento de una estrategia, y el segundo donde la conceptualización, la bocetación, y posteriormente la retroalimentación, crítica e implementación tienen su momento. Esto quiere decir que, de manera general, se infiere que los alumnos cumplen con reconocer las etapas principales del proceso creativo aplicado al diseño. Aunque en algunos casos la cronología de la misma no sea la correcta, las coincidencias y el orden en que fueron reconocidas deja la satisfacción de que podrían identificar y realizar un proceso creativo. Por otro lado, también mencionan que el grupo creado en Facebook ayudó a recordar el orden cronológico durante el proceso.

En la misma **subcategoría A**, se asignaron los **códigos 2 y 3**, debido a que los resultados nos muestran que los alumnos entrevistados consideran positiva la utilidad de la red social, tanto por la agilidad y rapidez que facilita durante las diferentes etapas

del proceso, como por la retroalimentación grupal que se genera. En referencia a esto, se cita aquí algunas respuestas:

“Sí, ha sido útil, porque subíamos avances durante las etapas y si había dudas, las hemos compartido (...) había una retroalimentación grupal (...) hemos dado y hemos recibido comentarios y críticas con rapidez”. (E-01)

“La facilidad de Facebook era que podías compartir archivos con todos y tenías la opción de comentar (...) se podía hacer varias veces, varias publicaciones, de manera que se podía colocar o subir cosas de acuerdo a cómo se avanzaba durante el proceso”. (E-05)

Aquí agrego, en concordancia con la teoría que menciona Manca (2020), el proceso de aprendizaje en redes sociales permite la autorregulación de contenidos autogenerados, que se comprueba en este caso como señala E-05, cuando los estudiantes han podido realizar publicaciones y comentarios varias veces de acuerdo al avance del proceso, es decir siguiendo una organización.

En la **subcategoría B**: seguimiento y retroalimentación, se asignaron los **códigos 4 y 5**, debido a que se manifestó la presencia de una comunicación constante entre los miembros del grupo, el docente y los alumnos, y un seguimiento y retroalimentación compartida durante las etapas del proceso. Los comentarios de dos estudiantes entrevistados refieren lo afirmado:

“Sí, considero que Facebook, al poder subir nuestro trabajo y al recibir el comentario del otro, generaba una interacción y eso ha permitido una retroalimentación con otras personas (compañeros de clase), a parte del docente, que nos digan qué se puede mejorar, sobre todo en la etapa de bocetación. También nos ayudaba mucho ver el trabajo del otro, porque siempre hay una persona a la que se le ocurre algo antes que a todos y eso servía de referencia y motivación”. (E-06)

“Sí, considero que ha sido útil para revisar el seguimiento y el monitoreo de los cambios y modificaciones que se realizaron en cada etapa durante el curso (...) Había participación tanto del profesor como de los alumnos”. (E-03)

Es relevante comentar que, un alumno dentro de un grupo cerrado de *Facebook* se vuelve un productor y consumidor de lo que el grupo crea (información, textos, debates, ideas), de esta manera se origina una inteligencia colectiva (Llorens y Planas, 2011). Los alumnos, según manifiestan, han experimentado una comunicación activa y un proceso creativo compartido en la comunidad de clase, a partir de la participación que facilita Facebook, a través del recurso de grupo privado.

En complemento con las respuestas de E-06 y E-03, Oh et. al (2020), manifiesta que las redes sociales además de generar sesiones de diálogo activas entre profesores y estudiantes, también pueden fomentar un entorno de aprendizaje entre pares, es decir una retroalimentación en grupo, debido a que se comparten ideas e intercambian comentarios. La motivación grupal surge en este espacio social, y genera un triángulo donde circula la alimentación en todas direcciones entre la motivación, la flexibilidad y el conocimiento como menciona (Chakrabarti, 2006) en la **Figura 1**. Concretamente, cuando E-06 menciona que al subir ideas y propuestas en el grupo de Facebook, hay siempre un estudiante al que le surge primero el llamado "*creative leap*" (salto creativo), Dorst y Cross (2001), es una demostración de que se manifiesta un circuito que motiva y alimenta el proceso creativo permanentemente.

En la categoría de estudio II: Identificar las facilidades de interacción con el uso de *Facebook*, **subcategoría C:** acceso a la interacción, se estableció el **código 6**, en referencia al acceso a la red social, debido al resultado contundente de alta accesibilidad desde principalmente el uso de *laptop*, complementada con el *smartphone*, especialmente al momento de capturar imágenes y porque facilita la participación en todo momento, Facebook ahora es casi omnipresente (Callaghan y Fribbance, 2016).

En la **subcategoría D:** facilidad de interacción (archivos e imágenes), se identificaron los **códigos 7, 8 y 9**, para interfaz familiar, alta usabilidad y eficiencia en la subida y descarga de imágenes, los que emergieron al responder las preguntas formuladas a priori, dispuestas en la guía de entrevista y las que surgieron al momento de la

ejecución (Anexo 1).

Los alumnos entrevistados manifestaron en su mayoría sentirse muy familiarizados con la interfaz de la red social y sus funciones, además de encontrarse activos en ella desde hace varios años. A pesar de que existen otras redes populares entre la juventud, como por ejemplo: *Instagram*, *TikTok*, *Twitter* etc. sigue siendo *Facebook* una referencia de interacción social.

Según el estudio realizado por Giannikas (2020) los estudiantes indicaron mayoritariamente que Facebook era más accesible y fácil de usar para debates e intercambio de conocimientos en un contexto de e-learning. En ese sentido, a raíz del confinamiento por la pandemia de COVID19, el uso académico de esta red social parece haberse hecho necesario, según comentan los alumnos entrevistados **E-11** y **E-12**.

De acuerdo a lo expresado, anteriormente los estudiantes utilizaron esta red, sin embargo, en su experiencia ha sido la primera vez que se integró su uso complementando y apoyando activamente el desenvolvimiento virtual de un curso, como alternativa a la formalidad del aula virtual institucional. Al respecto, se cita la respuesta de dos de los entrevistados:

“Antes usé grupos de *Facebook* en otros cursos, pero más que todo para anuncios o notificaciones, no para mostrar mis avances. Es la primera vez que lo usé para mostrar avances de mis trabajos (...) ha sido el único curso con el que he interactuado tan activamente en Facebook para clases.” (**E-08**)

“Siento que había dejado de utilizarlo y a raíz de la pandemia me he familiarizado más (...) con la participación en el grupo, he descubierto algunas opciones que no conocía.” (**E-05**)

Estas respuestas coinciden con lo mencionado por Oh et al. (2020) en cuanto a aprovechar la familiaridad que tienen los estudiantes con las redes sociales para mejorar la motivación en el desarrollo de clases virtuales a nivel superior.

El uso de Facebook como alternativa en línea para el desarrollo de clases universitarias se abre como una vía de fácil acceso y usabilidad.

Por otro lado, en cuanto a la eficiencia de la red social para facilitar la subida y descarga de imágenes y archivos, según lo expresado es “muy eficiente” para 10 y sólo “eficiente” para 2 de los 12 entrevistados, entre estos últimos, la entrevistada **E-09** comentó que no era posible subir varias imágenes a la vez en un comentario de una publicación.

En general, las respuestas coinciden en la familiaridad y la usabilidad de la red social, con algunos matices, ya que algunos entrevistados no tenían la continuidad de uso de *Facebook* como años atrás, sin embargo muchos de ellos se sorprendieron con el uso académico que podía tener esta red y que a raíz del confinamiento se pudo aprovechar. Si bien se utilizó satisfactoriamente esta red, de acuerdo a las respuestas, hay algunos aspectos a considerar siendo el curso de naturaleza visual y proyectual, por ejemplo que cuando se necesita exponer varias imágenes en una misma respuesta a un comentario hecho sobre una publicación, esto no sucede, solo se puede responder con una sola imagen.

En la **categoría de estudio III**: interacción entre docentes y pares que puede facilitar la red social *Facebook* , **subcategoría E**: interacción de individuos (entre pares), se asignaron los **códigos 10 y 11** para mayor libertad en participación y aprendizaje compartido, donde los resultados expresan que los alumnos perciben a la red social como un espacio de mayor libertad que los medios virtuales institucionales, que siendo un espacio informal y no presencial, ayuda a participar sin tanta timidez y con sinceridad.

Asimismo, manifiestan que el proceso creativo se ha enriquecido con la exposición de los avances de los proyectos de cada uno ante la mirada de todos los miembros del grupo, debido a que esto ha permitido que no solo observen las propuestas de los compañeros y las comparen con las propias, sino que ha motivado a intercambiar opiniones entre ellos sobre los logros o fracasos de las soluciones gráficas que proponían. También han reconocido que esto ha sido posible con una guía del docente, basada en realizar críticas sustentadas en la teoría del curso. Como lo reflejan las respuestas:

“Los comentarios a otros compañeros o incluso los comentarios que ellos hacían en mi propia publicación, me permitía ver errores o pensar en posibles

errores en mi trabajo y así evitarlo”. (E-01)

“Cuando los compañeros publicaban, yo no solo podía ver qué tan avanzados estaban, sino también podía apreciar su idea o su perspectiva y decir: ¡qué bien! o hacer alguna crítica, podía ver cómo los demás avanzaban a la par conmigo y si me faltaba hacer algo más, me motivaba a realizarlo”. (E-08)

“Me ha permitido ver a través de otras perspectivas de qué forma yo podría mejorar mi trabajo y también identificar qué estoy haciendo bien”. (E-12)

En estas tres respuestas se puede entender el concepto de aprendizaje colaborativo como lo plantea Zabidi y Wang (2021), y el de comunidad virtual, donde Llorens y Planas (2011), nos comenta que Facebook brinda un espacio grupal en el que el aprendizaje en común se abre paso a través de diversas actividades de intercambio. Los alumnos han recibido y otorgado apoyo hacia el grupo al compartir sin mayores prejuicios los avances y propuestas conforme se iban requiriendo según el cronograma del curso, esto nos lleva a las siguientes respuestas:

“En *Facebook* la conversación puede ser expresada con mayor libertad, porque no estás expuesto frente a frente. Me parece una comunicación más directa, más práctica”. (E-10)

“En lo presencial no hubiésemos compartido los avances, hubiese sido muy difícil comparar, porque a la gente le da vergüenza mostrar su trabajo frente a otros”. (E-09).

“En la presencialidad hubiera sido más escasa la opinión colectiva y la rotación de ideas, y críticas, no se hubiera sentido tanta libertad, la rotación de ideas es más rápida y mayor en la red social”. (E-03)

Se percibe una comodidad en la respuesta de E-10, por la facilidad para relacionarse a través de la pantalla, que da mayor libertad de expresión frente a la presencialidad. Facebook a pesar de su carácter informal, ha permitido aprovechar la interacción grupal en favor de los fines académicos y del aprendizaje. Esto coincide con Cuesta

et al. (2016) que sostiene que Facebook es un territorio intermedio entre lo institucional y lo informal. No olvidemos que donde se da la pauta oficial del curso es en el aula virtual institucional, la que sigue siendo el referente formal, sin embargo cabe señalar que los alumnos se sienten lejanos a ella. En ese sentido, ante la pregunta emergente ¿Por qué Facebook sí y Blackboard no, siendo también virtual?. Una de las respuestas fue la siguiente:

“Porque nos sentimos más cómodos con *Facebook*, porque es una red social que venimos utilizando desde niños, adolescentes, ya nos sentimos familiarizados, en cambio *Blackboard* es más denso, más formal y menos cercano, no da ganas de comentar nada ahí (...) Porque estamos acostumbrados a subir fotos en *Facebook*, escribir a nuestros amigos, a nuestra familia, y comentar un trabajo académico va a ser más sencillo que en *Blackboard*, que además es una herramienta que hace poco conocemos, que a raíz de la pandemia estamos usando más. Antes los alumnos durante todo el ciclo académico no entraban al *Blackboard*”. (E-03)

Esta respuesta claramente manifiesta que el espacio informal que representa una red social, se puede habilitar como espacio académico e integrarse a la programación formal de un curso oficial, debido a la familiaridad y accesibilidad que el estudiante expresa.

También en la **subcategoría E, código 12**, se identifica una facilidad técnica de interacción entre pares, debido a que, al subir y compartir archivos, imágenes de bocetos o avances durante los proyectos, el grupo de la clase creado en Facebook va construyendo un registro del proceso de cada uno de los alumnos. Es un registro visible para todos los miembros y a manera de una galería, biblioteca o portafolio del curso que está disponible como referencia personal y colectiva. Este recurso es accesible desde cualquier dispositivo electrónico, todo el tiempo. Es una especie de historial del curso, permanentemente alimentado por lo compartido entre los propios alumnos y el docente.

Siendo el Diseño Gráfico una disciplina de contenido proyectual y básicamente visual, la oportunidad de tener al alcance los contenidos propuestos y desarrollados durante el semestre, es muy valiosa. “Para los estudiantes de diseño, es crucial tener un canal

para mostrar su trabajo. Las redes sociales, con su accesibilidad y conveniencia, tienen el potencial de ser una plataforma muy efectiva para almacenar y promover la cartera de un individuo” Oh et al. (2020, p.42). Algunos afirmaron lo siguiente:

“Por ejemplo, en la última etapa (...) Facebook servía mucho para hacer retroalimentación y comentarios a los trabajos de otras personas (compañeros) (...) considero que era importante, porque se generaba un registro de lo que habían comentado de tu trabajo”. (E-11).

“El proceso como tal implica muchos puntos y tener la posibilidad de compartirlo en *Facebook*, te daba un registro de estos puntos, como para poder revisar tu avance (...) Este registro te permitía ver si avanzabas de forma positiva o negativa, revisar errores puntuales e ir ajustando de acuerdo a la retroalimentación”. (E-01)

Se evidencia como recurso importante de Facebook, esta especie de portafolio que resulta de la acumulación de avances dentro del proceso creativo de cada uno de los estudiantes, que es accesible durante todo el semestre y que permite estar a la mano para su revisión, pero también para revisar el proceso de los compañeros de clase. Al ser toda la información compartida y abierta entre los miembros del grupo privado, contrario a lo que se podría inferir, el plagio entre pares no es una posibilidad por la exposición total del proceso de cada uno.

En la misma categoría, **código 13**, haciendo una crítica a la red social y buscando la posibilidad de tener una comunicación un poco más humana dentro de la virtualidad, surgieron inquietudes que devinieron en la siguiente pregunta emergente: ¿Cómo podemos hacer la interacción en Facebook más humana? Ante este planteamiento, las sugerencias de los alumnos se concentraron en su mayoría, no solo en recurrir a emojis o “likes”, sino a audio mensajes, o video mensajes cortos, que puedan habilitarse como opción a los comentarios escritos. Además, sugirieron la implementación de la herramienta “lápiz”, de modo que permita escribir o dibujar sobre imágenes publicadas, para facilitar brindar indicaciones sobre propuestas gráficas. Aunque muchos de ellos son conscientes que la virtualidad nunca será tan humana como la presencialidad, están de acuerdo en que se podría mejorar la

experiencia de uso de esta red para fines académicos con la integración de dichas funciones. También se plantea la posibilidad de integrar otras redes como *Instagram*, *TikTok* o *Pinterest*. Este último, según Manca (2020, p.3) “es un servicio para recopilar, organizar y compartir información visual en la web, y volver a compartirla con actualizaciones o comentarios mediante la republicación”.

También en **la categoría III**, se planteó a priori la subcategoría: interacción con docente; pero en el desenvolvimiento de la investigación, esta se bifurcó en dos aspectos: relación con docente y metodología, **subcategorías F y G** respectivamente.

En la **subcategoría F, códigos 14 y 15**, se asignaron debido a que, la interacción con la docente se describe como cercana, amigable, respetuosa, obedeciendo a una jerarquía de orden horizontal, con fluidez en la comunicación, con manejo equilibrado entre la formalidad y la informalidad. La percepción de disponibilidad, sinceridad y acompañamiento al resolver dudas o realizar críticas constructivas sobre el proceso, se ha manifestado en mayoritariamente en las respuestas de los alumnos.

“A pesar de haber sido todo digitalmente, hubo cercanía con la docente, hubo dinamismo durante el curso (...), eso generó una sensación similar a la presencialidad”. (A-01)

“Al momento de comunicarse con la docente el tono era coloquial, funcional y efectivo”. (A-03)

“Me gustaba porque podía responder rápido(...) eso me permitía avanzar, era muy activa con las publicaciones, encuestas, nos facilitaba el proceso. Teniendo en cuenta que fue el primer ciclo netamente virtual, creo que la adaptación fue mucho más rápida a diferencia de otros cursos con otros profesores”. (A-05)

“El tono de comunicación ha sido bueno, respetuoso y sincero, eso ayudaba para el curso (...) nos daba diferentes tipos de recomendaciones y críticas de mejora, siguiendo las líneas del diseño”. (A-08).

“El tono de comunicación era relajado pero con un toque de formalidad, sabías que estabas hablando con la profesora (...) era como pedirle la opinión a un experto, no a una docente”. (A-11)

“La docente se comunicaba de manera formal e informal, obvio no era una amiga, pero era más libre (...) no sentía presión, se sentía que la profesora era como una más de nosotros, como una relación más horizontal”. (A-09)

Internet ha cambiado las relaciones de poder tradicionales de la enseñanza, eso ha sido más tangible que antes durante la pandemia. Nos hemos visto obligados a continuar la labor docente a través de una computadora. Es pertinente tener en cuenta que, el potencial educativo de las redes sociales es «prácticamente ilimitado», pero las prácticas pedagógicas actuales a menudo no consiguen capturar este potencial, ya que el legado del modelo de flujo de información en un solo sentido utilizado en muchas aulas ralentiza la innovación (Siemens y Weller, 2011). Con el uso de las redes sociales y la virtualidad ese legado tiende a diluirse y abrir paso a una nueva metodología y una nueva posición del docente en esta nueva era.

En la parte final de la organización de datos recopilados, dentro de la categoría III, emergió una nueva subcategoría, que trata sobre la metodología de enseñanza, se nombró con la letra G. A la **subcategoría G**, se le asignaron los **códigos 16 y 17**, que se refieren a la metodología dinámica y oportuna y al lenguaje digital respectivamente.

La metodología utilizada es de aprendizaje colaborativo y por tanto el papel del docente debe ser un papel dinámico, que acompañe y guíe el proceso de aprendizaje, en este caso el proceso creativo de los alumnos. Según Zabidi y Wang (2021), se necesita estructurar la organización del grupo de estudio, esto bajo la guía del docente. Para ello las funcionalidades de Facebook son pertinentes porque ayudan a un dirigir un proceso abierto, en el cual todos dan su punto de vista. Esta participación se debe normar bajo un criterio técnico (esto es parte de la rúbrica de evaluación). Cada alumno comparte sus avances de las etapas del proceso creativo: la investigación, conceptualización, bocetación, implementación y corrección, y no solo

recibe una crítica del docente, sino que está bajo la mirada y la oportunidad de retroalimentación de todos los miembros del grupo de la clase. En las etapas finales esto funciona a manera de testeo de la propuesta de cada uno. En ese camino, lo ideal es que el docente no corte la iniciativa y promueva la participación con reglas claras, sustentadas en la teoría del curso, es decir en los fundamentos y principios del diseño, que en este nivel los alumnos ya manejan.

Según Oh et al., 2020, p. 45, los nativos digitales perciben las redes sociales como parte de sus vidas y no sienten renuencia a aceptarlas en sus cursos. Ven las redes sociales como un fenómeno positivo que genera un diálogo activo y un compromiso con los profesores y compañeros, y puede fomentar una relación positiva con los profesores, rompiendo las barreras características entre profesores y estudiantes de un aula tradicional.

Habiendo esta facilidad en estudiantes de esta nueva era, enfocarse en conducir una interacción donde se compartan opiniones y se construya el aprendizaje, de manera que el alumno se sienta un actor principal de su propio proceso, es una competencia que debe alentar el docente. Como menciona, Oh et al. 2020, “cuando los estudiantes obtienen logros personales al recibir comentarios o aliento en las redes sociales, comprenden mejor sus propias capacidades”.

Por otro lado, siendo los estudiantes nativos digitales, no se puede obviar el uso de un lenguaje digital, aprovechando las opciones de “likes”, los emojis, además de los comentarios, el messenger para alguna duda muy concreta, esto de una manera creativa para hacer una crítica inteligente apelando a emociones, al humor, entre otros rasgos humanizantes que la frialdad de la computadora nos quita durante el dictado de los cursos. En este sentido algunas de las respuestas de los alumnos entrevistados son:

“Tener la posibilidad de postear, sin ser el administrador, creo que ayudaba a la retroalimentación (...) no solamente veías tus comentarios, sino veías los comentarios de otros y lo que la profesora les respondía y eso me servía de guía”. (E-11)

“Ha sido cercana, sus publicaciones eran joviales, con humor y ha tratado de que todos nos sintamos cómodos, tanto con los comentarios, anuncios o publicaciones”. (E-08)

“La interacción con la docente ha sido a través de comentarios, con reacciones, con likes, a veces había un "me entristece" por ahí (...), emojis también (...) uno comentaba, exponía sus dudas y preguntas, y la respuesta a ello ha sido rápida, más que enviar un correo electrónico”. (E-07)

“Facebook ha permitido que todos comentemos, la profesora y nosotros”. (E-06)

“La interacción con la docente en Facebook, me ha ayudado en la bocetación, retroalimentación y conceptualización, porque a veces no tenía claro los pasos a seguir. Las publicaciones y los comentarios han sido fluidos. Las publicaciones y los comentarios han permitido que la retroalimentación haya sido fluida, para poder seguir indicaciones y mejorar nuestro trabajo. Se generó el uso de un código con los likes. El que recibía “me encanta” era porque ya que su trabajo estaba aprobado. La videollamada, al final de clase, fue una oportunidad informal de conocernos al menos mediante la cámara”. (E-04)

“Siempre había un resumen de la clase y tareas, como un recordatorio. También entre compañeros nos hemos apoyado resolviendo consultas, luego la docente entraba y se cercioraba de que todos hubiéramos entendido”. (E-02)

La percepción de la mayoría de entrevistados ha sido la de docente guía, que acompaña con agilidad y con alcances oportunos para el beneficio de los estudiantes.

El proceso creativo consta de etapas, como lo menciona Nini (2006), el uso de Facebook facilita alguna de ellas más que otras, por ejemplo la etapa de bocetación o de implementación es mucho mejor aprovechada bajo una metodología de aprendizaje colaborativo; pero también hay otras etapas, como la investigación y la

conceptualización, que son procesos más personales, que podrían obviar la exposición grupal. Sin embargo el proceso de aprendizaje que se genera dentro de un grupo de clase en Facebook, sigue siendo bastante retador para el docente y enriquecedor para el alumno.

Como señalan los hallazgos en la investigación de Oh et al. (2020), el uso de las redes sociales reduce barreras de comunicación entre compañeros, entre estudiantes y profesores. El sentido de pertenencia que las redes sociales brindan a los estudiantes mejoran su motivación ante el aprendizaje.



CONCLUSIONES

De acuerdo a los datos obtenidos en el análisis y contrastando con la información con la que ya contaba, se puede observar lo siguiente:

En la categoría I: Proceso creativo en el curso taller de diseño gráfico, se presentan hallazgos satisfactorios para con el reconocimiento de las etapas del proceso, como también para el seguimiento y la retroalimentación especialmente en las etapas de bocetación e implementación, sosteniendo que la participación y la interacción conjunta han sido motivadas por la virtualidad, mediante las funcionalidades Facebook.

En la categoría II, donde se identificaron las facilidades técnicas de interacción del uso de Facebook, emergió la comparación con otras plataformas usadas por la institución educativa como canales formales en la virtualidad, donde los alumnos en su mayoría no sienten la apertura ni la comodidad de expresarse ni relacionarse, o donde también hallan limitaciones técnicas o de formato.

Finalmente en la categoría III, donde hubo un enfoque expresamente en la interacción entre individuos, se recogieron respuestas muy alentadoras e interesantes con respecto a la construcción de comunidad de aprendizaje, también a la oportunidad que han sentido los estudiantes para expresar y compartir sus propuestas y logros con mayor libertad, sin temor a ser juzgados negativamente, a diferencia de la presencialidad, sin embargo son conscientes de que por mayores funcionalidades o recursos que tenga la red social o pueda habilitar para tener una experiencia más humanizada, no será nunca igual a la presencia física.

La evidencia que se muestra en los datos presentados en esta investigación, dan cuenta del aporte de Facebook como una red social apropiada para sostener un proceso creativo básicamente visual, que genera tanto un trabajo personal como grupal en una comunidad de clase universitaria.

Al utilizar redes sociales como Facebook, entre otras, se sugiere implementar una metodología abierta que promueva la interacción respetuosa alumno-docente, bajo

normas de conducta claramente establecidas y técnicas integradoras, manteniendo un compromiso docente enfocado en un acompañamiento horizontal, sin dejar de ser equilibrado con la posición de autoridad, con flexibilidad pero ubicándose como guía del proceso de aprendizaje individual y grupal.



RECOMENDACIONES

Se recomienda a los docentes, en la nueva era virtual, buscar capacitación en el manejo de habilidades blandas para ser mejores facilitadores de estos nuevos grupos de aprendizaje compartido.

Por otro lado las instituciones educativas superiores podrían tomar en cuenta la integración de esta red social como soporte complementario de sus plataformas institucionales, debido a que la práctica docente se enriquece, pues resulta satisfactorio allanar el camino hacia el logro del aprendizaje haciendo uso de estos espacios sociales tan naturales para los estudiantes jóvenes hoy en día. Y lo más importante es que, se puede integrar al estudiante como gestor activo y autónomo de su aprendizaje, sin dejar de ser consciente de la pertenencia a una comunidad, donde intercambia y construye en beneficio de su desarrollo y el de los demás.

En especial en cursos con contenidos visuales, el aporte de Facebook como facilitador es una razón importante para aprovechar las funcionalidades y recursos que ofrece.

A futuro, se puede profundizar en la investigación de este y otros medios sociales virtuales, de acuerdo a como se integren a la educación, siendo desde mi punto de vista especialmente útiles para contenidos visuales en general, pero pudiendo aprovecharse para otros contenidos y campos de estudio en niveles de educación superior.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bonnardel, N., Wojtczuk, A., Gilles, P. Y., y Mazon, S. (2018). The creative process in design. In *The Creative Process* (pp. 229-254). Palgrave Macmillan.
- Callaghan, G., y Fribbance, I. (2016). The use of Facebook to build a community for distance learning students: a case study from the Open University. *Open Learning: The Journal of Open, Distance and e-Learning*, 31(3), 260-272
- Carazo, P. C. M. (2006). El método de estudio de caso: estrategia metodológica de la investigación científica. *Pensamiento & gestión*, (20), 165-193.
- Chakrabarti, A. (2006). Defining and supporting design creativity. In DS 36: Proceedings DESIGN 2006, the 9th International Design Conference, Dubrovnik, Croatia (pp. 479-486).
- Cuesta, M., Eklund, M., Rydin, I., y Witt, A. K. (2016). Using Facebook as a co-learning community in higher education. *Learning, Media and Technology*, 41(1), 55-72.
- De Rooij, A., Dekker, E., Slegers, K., y Biskjaer, M. M. (2021). How graphic designers rely on intuition as an ephemeral facility to support their creative design process. *International Journal of Design Creativity and Innovation*, 1-17.
- Dorst, K., y Cross, N. (2001). Creativity in the design process: co-evolution of problem–solution. *Design studies*, 22(5), 425-437.
- Española, R. A., y Madrid, E. (2001). *Diccionario de la lengua española* (Vol. 22). Real Academia Española.
- Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P., y Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la Investigación. *Editorial McGraw Hill*.
- Frascara, J. (1988). Graphic design: Fine art or social science?. *Design issues*, 5(1), 18-29.

Frascara, J. (2000). *Diseño gráfico para la gente*. Ediciones Infinito.

Giannikas, C. (2020). Facebook in tertiary education: The impact of social media in e-learning. *Journal of university teaching & learning practice*, 17(1), 3.

Ibáñez, R. M. (1985). Pedagogía Universitaria de la creatividad. *Revista española de pedagogía*, 455-471. Historia y Comunicación Social. Vol. 19. Núm. Especial Enero. Págs. 379-391.

Instituto de Opinión Pública de la PUCP. (2016). Estudio Nacional Urbano Rural Preelectoral 2016. <http://iop-data.pucp.edu.pe/busqueda/encuesta/120?>

Kaufman, J. C. (2016). The creative construct. *RSA Journal*, 162(5565), 24-27.

Linhares, R. N., y Chagas, A. M. (2015). Conectivismo e aprendizagem colaborativa em rede: o facebook no ensino superior/Connectivism and network collaborative learning: facebook in higher education. *Revista Lusófona de Educação*, 29(29).

Llorens Cerdà, F., y Capdeferro Planas, N. (2011). Posibilidades de la plataforma Facebook para el aprendizaje colaborativo en línea. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 8(2).

Manca, S., y Ranieri, M. (2016). "Yes for sharing, no for teaching!": Social Media in academic practices. *The Internet and Higher Education*, 29, 63-74.

Manca, S. (2020). Snapping, pinning, like o mensajes de texto: Investigando las redes sociales en la educación superior más allá de Facebook. *Internet y la Educación Superior*, 44, 100707.

Martiniano, C. (2016). The scientization of creativity. *The Journal of the Midwest Modern Language Association*, 49(2), 161-190.

- Mateu, F. S. (2006). La creatividad como problema filosófico. *Blanquerna School of Communication and International Relations*, (19)
- Nini, P. J. (2006). Sharpening one's axe: Making a case for a comprehensive approach to research in the graphic design process. *Design studies: Theory and research in graphic design*, 117-129.
- Oh, J. E., Chan, Y. K., & Kim, K. V. (2020). Social Media and E-Portfolios: Impacting Design Students' Motivation through Project-Based Learning. *IAFOR Journal of Education*, 8(3), 41-58.
- Pink, D. H., y Pink, D. H. (2005). *A whole new mind: Moving from the information age to the conceptual age* (Vol. 50). Riverhead Books.
- Pontificia Universidad Católica del Perú, Vicerrectorado de Investigación, Oficina de Ética de la Investigación e Integridad Científica (2017), *Serie Ética de la Investigación con seres humanos. Modulo 2: Respeto por las personas* <http://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/71159>
- Pontis, S. (2009). Diseño gráfico: Un novel objeto de investigación. Caso de estudio, el proceso de diseño.
- Prescott, J., Wilson, S., y Becket, G. (2013). Facebook use in the learning environment: do students want this?. *Learning, Media and Technology*, 38(3), 345-350.
- Siemens, G., y Weller, M. (2011). La enseñanza superior y las promesas y los peligros de las redes sociales. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 8(1), 157-163.
- Souleles, N. (2012). An action research project on the use of Facebook in an undergraduate visual communication study unit. *Art, Design & Communication in Higher Education*, 11(2), 127-141.

Túñez López, M., y Sixto García, J. (2012). Las redes sociales como entorno docente: análisis del uso de Facebook en la docencia universitaria. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (41).

Visser, I., Chandler, L., y Grainger, P. (2017). Engaging creativity: Employing assessment feedback strategies to support confidence and creativity in graphic design practice. *Art, Design & Communication in Higher Education*, 16(1), 53-67.

Zabidi, N., y Wang, W. (2021). The Use of Social Media Platforms as a Collaborative Supporting Tool: A Preliminary Assessment. *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 15(6).



ANEXOS

Anexo 1: Guía de entrevista

Lugar y Fecha:	
Nombre del entrevistado:	
Semestre académico en que llevó el curso:	
Descripción general	<p>Como parte de la investigación: Uso de la red social <i>Facebook</i> en el proceso creativo de los alumnos del curso taller de diseño gráfico 2 de la carrera de comunicaciones de una universidad privada de lima, la siguiente entrevista comprende 11 preguntas, agrupadas según 3 categorías y 5 subcategorías. Los datos recopilados son confidenciales y de uso estrictamente académico. La entrevista durará 30 minutos aproximadamente. Gracias por participar.</p>

Subcategorías	Preguntas	Respuestas
Reconocimiento De Las Etapas Del Proceso Creativo En Dg Usando Fb	<p>1. ¿Identifica las etapas del proceso creativo y ordénalas de acuerdo a lo realizado durante los diferentes proyectos del curso?</p> <p>Investigación, conceptualización, bocetación, crítica, ideación, planificación, implementación, desarrollo, corrección.</p>	
	<p>2. ¿Ha sido el grupo de Facebook del curso un apoyo útil para mostrar y facilitar las etapas del proceso? ¿De qué manera?</p>	

Seguimiento y Retroalimentación	3. ¿Consideras que durante el curso, el grupo de Facebook ha sido útil para hacer el seguimiento de las etapas del proceso creativo de tu proyecto? Si es positiva tu respuesta: ¿De qué manera? Si es negativa: ¿Cómo podría haber sido mejor?	
Acceso a La Interacción	4. ¿Desde qué tipo de dispositivo digital interactúas con el grupo de Facebook?	
Facilidad De Interacción (Archivos e Imágenes)	5. ¿Qué tan familiarizado te sientes con la interfaz del grupo de Facebook?	
	6. Del 1 al 5 (donde 1 es difícil/complicado y 5 es fácil/sencillo), ¿Cómo describirías las funcionalidades de Facebook para facilitar la publicación y descarga de imágenes o archivos del curso en el grupo?	
Interacción De Individuos (Entre Pares)	7. ¿De qué manera las funcionalidades de FB te han ayudado a interactuar con tus compañeros en las distintas etapas del proceso creativo?	
	8. ¿De qué manera te ha sido beneficioso el intercambio de opiniones, ideas y críticas con tus compañeros de clase mediante la red social?	
	9. ¿De qué manera crees que se puede mejorar la interacción, opiniones y críticas en el proceso creativo usando la plataforma Facebook?	
Interacción Con Docente	10. ¿De qué manera has interactuado con la docente en Facebook durante el desarrollo del curso?	
	11. ¿De qué manera las funcionalidades de Facebook te han ayudado a interactuar con la docente en las distintas etapas del proceso creativo?	

Anexo 2: Validación de instrumento

Categoría	Subcategoría	Pregunta original	Pregunta modificada
Proceso Creativo en el Curso Taller de Diseño Gráfico	Reconocimiento De Las Etapas Del Proceso Creativo En Dg Usando Fb	1. ¿Cuáles crees que son las etapas del proceso creativo realizado durante los diferentes proyectos del curso?	1. Identifica las etapas del proceso creativo y ordénalas de acuerdo a lo realizado durante los diferentes proyectos del curso: Investigación, conceptualización, bocetación, crítica, ideación, planificación, implementación, desarrollo, corrección.
		2. ¿Ha sido el grupo de Facebook del curso un apoyo para mostrar y evaluar las etapas del proceso? ¿De qué manera?	2. ¿Ha sido el grupo de Facebook del curso un apoyo útil para mostrar y facilitar las etapas del proceso? ¿De qué manera?
	Seguimiento y Retroalimentación	3. ¿Consideras que durante las etapas del proceso creativo realizado a través de FB se ha dado el seguimiento adecuado? Si es positiva tu respuesta: ¿De qué manera? Si es negativa: ¿Cómo podría haber sido mejor?	3. ¿Consideras que durante el curso, el grupo de Facebook ha sido útil para hacer el seguimiento de las etapas del proceso creativo de tu proyecto? Si es positiva tu respuesta: ¿De qué manera? Si es negativa: ¿Cómo podría haber sido mejor?
Identificar las facilidades	Acceso a La Interacción	4. ¿Desde qué tipo de dispositivo digital interactúas con el	Igual

de interacción con el uso de <i>Facebook</i>		grupo de facebook?	
	Facilidad De Interacción (Archivos E Imágenes)	5. Del 1 al 5 (donde 1 es nada satisfactorio y 5 es totalmente satisfactorio) ¿Qué tan familiarizado te sientes con la interfaz del grupo de facebook?	5. ¿Qué tan familiarizado te sientes con la interfaz del grupo de Facebook?
		6. Del 1 al 5 (donde 1 es nada satisfactorio y 5 es totalmente satisfactorio), ¿Cómo describirías el acceso a subir y descargar imágenes o archivos desde el grupo de fb?	6. Del 1 al 5 (donde 1 es difícil/complicado y 5 es fácil/sencillo), ¿Cómo describirías las funcionalidades de Facebook para facilitar la publicación y descarga de imágenes o archivos del curso en el grupo?
Interacción entre docentes y pares que puede facilitar la red social <i>Facebook</i>	Interacción De Individuos (Entre Pares)	7. ¿La red social ayuda a generar un clima de interacción con los demás miembros del grupo? Describe: ¿De qué manera?	7. ¿De qué manera las funcionalidades de FB te han ayudado a interactuar con tus compañeros en las distintas etapas del proceso creativo?
		8. ¿Crees que se ha aprovechado el espacio para intercambiar opiniones, ideas y críticas con tus compañeros de clase	8. ¿De qué manera te ha sido beneficioso el intercambio de opiniones, ideas y críticas con tus compañeros de clase mediante la red social?

		mediante la red social?	
		9. ¿Hay algún aprendizaje que rescates de la interacción con tus compañeros sobre temas o proyectos del curso que se hayan expuestos mediante la red social?	9. ¿De qué maneras crees que se puede mejorar la interacción, opiniones y críticas en el proceso creativo usando la plataforma Facebook?
	Interacción Con Docente	10. Describe la comunicación con el docente a través de la red social durante el desarrollo del curso.	10. ¿De qué manera has interactuado con la docente en Facebook durante el desarrollo del curso?
		11. Del 1 al 5 (donde 1 es nada satisfactorio y 5 es totalmente satisfactorio) ¿Cómo calificarías la interacción con el docente a través de la red social?	11. ¿De qué manera las funcionalidades de Facebook te han ayudado a interactuar con la docente en las distintas etapas del proceso creativo?

ANEXO 3: Matriz de Consistencia

Título: Uso de la red social facebook en el proceso creativo de los alumnos del curso taller de diseño gráfico de una universidad privada de lima

Objetivos	Categorías/Aspectos a ser estudiados	Subcategorías	Técnicas e instrumentos	Fuentes de Información
<p>Objetivo general Analizar cómo la red social facebook interviene en el proceso de creación de los alumnos del curso Taller de Diseño Gráfico del V ciclo de las carreras de Comunicaciones de una universidad privada de Lima.</p> <p>Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reconocer las etapas del proceso creativo en diseño gráfico que se exponen en la red social - Identificar facilidades de interacción visual - Describir la interacción entre pares (alumnos)/ docente y pares que puede facilitar la red 	Proceso Creativo En El Curso Taller De DG	Reconocimiento De Las Etapas Del Proceso Creativo En Dg Usando Fb	Método de caso con enfoque cualitativo	12 alumnos con calificaciones sobresalientes y moderadas de los semestres 2020-1, 2020-2 y 2021-1 del curso Taller de Diseño Gráfico 2 de una universidad privada de Lima.
		Seguimiento Y Retroalimentación		
	Identificar Las Facilidades Visuales De Interacción Con El Uso De Fb	Acceso a La Interacción		
		Facilidad De Interacción (Archivos E Imágenes)	<p>Técnica:</p> <p>Entrevista semiestructurada</p> <p>Instrumento: Guía de entrevista</p>	
	Interacción Entre Docentes Y Pares Que Puede Facilitar La Red Social	Interacción De Individuos (Entre Pares)		
Interacción Con Docente				

social				
--------	--	--	--	--

ANEXO 4: PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENTREVISTA

Estimado/a participante,

Le pedimos su apoyo en la realización de una investigación conducida por Vanessa Otilia Sanz Barthelmes estudiante de la Maestría en Integración e Innovación Educativa de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesorado por la docente María del Pilar García Torres La investigación, denominada **USO DE LA RED SOCIAL FACEBOOK EN EL PROCESO CREATIVO DE LOS ALUMNOS DEL CURSO TALLER DE DISEÑO GRÁFICO DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE LIMA**, tiene como propósito **Analizar cómo la red social facebook interviene en el proceso de creación de los alumnos del curso Taller de Diseño Gráfico del V ciclo de las carreras de Comunicaciones de una universidad privada de Lima.**

La entrevista durará aproximadamente 30 minutos y todo lo que usted diga será tratado de manera confidencial, es decir, su identidad será protegida a través de un pseudónimo.

La información dicha por usted será grabada y utilizada únicamente para esta investigación. La grabación será guardada por el investigador en su computadora personal por un periodo de tres años luego de publicada la tesis.

Su participación es totalmente voluntaria. Usted puede detener su participación en cualquier momento sin que eso le afecte, así como dejar de responder alguna pregunta que le incomode.

Si tiene alguna pregunta sobre la investigación, puede hacerla en el momento que mejor le parezca.

Si tiene alguna consulta sobre la investigación o quiere saber sobre los resultados obtenidos, puede comunicarse al siguiente correo electrónico: vsanzb@gmail.com. Además, si tiene alguna duda sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad, al correo electrónico etica.investigacion@puclp.edu.pe o al número 626 2000, anexo 2246.

Complete los siguientes enunciados en caso desee participar:

Nombre completo:	
Firma del participante:	
Fecha:	