



USO DE LOS MEDIOS SOCIALES COMO HERRAMIENTAS DE APRENDIZAJE EN EDUCACIÓN SUPERIOR: ANÁLISIS COMPARATIVO ENTRE MÉXICO Y COREA DEL SUR

Oswaldo Castro Romero

Currículo: maestro en Tecnología Educativa por la Universidad Kyung Hee de Seúl, Corea del Sur. Docente adscrito al Centro Especializado de Educación Virtual en la Universidad Autónoma de Nayarit, México. Sus líneas de investigación versan sobre tecnología educativa, diseño instruccional y comunidades virtuales de aprendizaje.

Recibido: 12 de febrero de 2014. Aceptado para su publicación: 27 de septiembre de 2014.

Recuperado de http://www.sinectica.iteso.mx/articulo/?id=44_uso_de_los_medios_sociales_como_herramienta_de_aprendizaje_en_educacion_superior_analisis_comparativo_entre_mexico_y_corea_del_sur

Resumen

El presente trabajo contextualiza y analiza el uso de los medios sociales como herramienta de aprendizaje en educación superior entre México y Corea del Sur. Se elaboró un análisis comparativo a través de un metaanálisis de investigaciones referentes al uso de los medios sociales en entornos de aprendizaje, partiendo desde el surgimiento de la Web 2.0 hasta el auge y popularidad de las redes sociales. A lo largo de este estudio se presentan algunos datos que describen las características y los mecanismos de estos medios, propósitos de uso, entornos tecnológicos que facilitan su incorporación, estrategias pedagógicas implementadas y sus efectos en el aprendizaje.

Palabras claves: aprendizaje social, educación superior, medios sociales, social media.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, los medios sociales han sido parte de una nueva cultura que facilita la comunicación e interacción entre las personas a través de internet (Mustonen, 2009; Davis *et al.*, 2012; Kim, 2012; Seamean & Tintikane, 2013). Este fenómeno ha sido posible gracias al desarrollo de nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) que ofrecen una variedad de servicios, son de acceso libre y, en algunos casos, son gratuitas. La aparición en el mercado de nuevos dispositivos –como los teléfonos inteligentes, las tabletas digitales, entre otros– y el desarrollo de aplicaciones web acompaña el surgimiento de nuevas experiencias interactivas adaptables a las necesidades del usuario.

México es uno de los países latinoamericanos con mayor crecimiento en el uso de internet. En 2012, el World Internet Project publicó que 46% de los mexicanos, aproximadamente 52.3 millones, tenían acceso a internet. Por su parte, un estudio de The Competitive Intelligence Unit reveló que el uso de las redes sociales se estimaba, en 2013, en cerca de 85% de los internautas, casi 34.7 millones de usuarios. El apogeo de las redes sociales se ubica en las elecciones presidenciales de 2012; de igual manera, otros medios sociales, como los blogs temáticos y “videoblogs”, han sido las principales herramientas en la era digital 2.0 en México.

El uso de los medios sociales no es una excepción en Corea del Sur. Los surcoreanos han acaparado la atención en el mundo por sus avances en el campo de las TIC.

En primera instancia, porque tienen el internet más rápido del mundo y, además, su penetración es de 81.6% de la población, tienen mejor conectividad móvil y fueron los creadores de la primera red social llamada Cyworld en 1999. En 2005, algunas políticas educativas y estratégicas fueron implementadas para expandir y enriquecer el uso de las TIC en educación e investigación. Sin embargo, en 2010, Corea del Sur logró posicionarse como uno de los países líderes en el uso de medios sociales, aprendizaje ubicuo y aprendizaje móvil a través de dispositivos móviles.

La visión del uso de las TIC en la educación superior del siglo XXI está asociada al desarrollo de un aprendizaje permanente, una mayor equidad de acceso, la mejora en la calidad de los métodos pedagógicos, su diversificación para el aprendizaje cooperativo-colaborativo y autónomo, y en la resolución de problemas de espacios físicos (UNESCO, 1998). Desde esta perspectiva, este estudio busca analizar y comparar el uso de los medios sociales en México y Corea del Sur, y con ello entender sus características y mecanismos como herramientas educativas y sus efectos en el aprendizaje. Asimismo, se presenta una síntesis comprensiva, cualitativa y cuantitativa de investigaciones sobre el uso de los medios sociales en educación superior de 2004 a 2013 a través de un análisis sistemático.

LOS MEDIOS SOCIALES

Los medios sociales son tecnologías basadas en la Web, como las redes sociales, wikis, blogs, microblogs y sitios para compartir herramientas multimedia que permiten a los usuarios conectarse a internet para crear y compartir contenidos con otros usuarios (Schwartz, 2012). Los medios sociales han surgido con un potencial de “software social” para aumentar el diálogo, la colaboración, la creación de redes y ayudar a establecer relaciones sociales basadas en objetivos e intereses en común (Mayfield, 2007; Ryberg, 2008; Safko & Brake, 2009; Mustonen, 2009; Joosten, 2012). En términos educativos, algunos autores destacan el uso de los medios sociales para un mejor control y eficacia de los recursos para complementar el trabajo dentro y fuera del aula a fin de mejorar el aprendizaje de los estudiantes, facilitar la interacción maestro-estudiante o estudiante-estudiante, el desarrollo de habilidades y competencias y su nivel de satisfacción ante nuevas experiencias de aprendizaje (Ajjan & Hartshorne, 2008).

Los medios sociales (del inglés *social media*) adquieren un valor particular tras la aparición de la Web 2.0. La evolución del internet nos ayuda a comprender el surgimiento de esta plataforma de participación que conceptualiza la importancia de producir (o co-producir), distribuir y democratizar la información. Las características de los medios sociales son: participación, apertura, conversación, comunidad y conectividad (FKII Josayeongu Team, 2006, p. 53):

- Participación. Estas tecnologías permiten que los usuarios contribuyan y retroalimenten a otros. Se difumina la línea entre medios y audiencias.
- Apertura. Los usuarios pueden acceder a contenidos casi sin ninguna barrera. También pueden participar en votaciones, dar sus comentarios e intercambiar información libremente.
- Conversación. Antes sólo se limitaba a transmitir información a una audiencia; ahora se establecen dos vías para entablar conversación.
- Comunidad. Se pueden construir rápidamente comunidades virtuales y crear una comunicación más efectiva. Las comunidades comparten inte-

reses en común.

- **Conectividad.** El desarrollo de los medios sociales se ubica en una generación digital que se nutre de su conexión a internet y hace uso de enlaces a otros sitios, recursos y personas.

Giaccardi (2012) destaca los medios sociales en una “cultura participativa”, es decir, éstos se caracterizan por encontrar un patrimonio, un conjunto de significados y valores que los individuos y las comunidades producen socialmente. Esta autora clasifica a los medios sociales en torno a tres temas principales: la práctica social, la información pública y el sentido de lugar. Los sujetos tienen nuevas oportunidades para adquirir experiencias y participar en colecciones, representaciones y en el proceso comunicativo como curadores de contenido (práctica social). La amplia presencia de tecnologías sociales ofrece plataformas para el intercambio de información de dominio público, el desarrollo de actividades por pares y la promoción y legitimación de la participación (información pública). Finalmente, la computación se hace más omnipresente. Sus redes digitales extienden nuestro entorno y soportan nuevas formas de relacionarse entre las personas en un ambiente territorial específico (sentido de lugar).

En la tabla 1 se examina la clasificación de los medios sociales de acuerdo con un modelo de participación propuesto por Choi y Yang (2009), así como algunos servicios en línea al que se dirigen.

Tabla 1. Clasificación de los medios sociales

Categorías	Servicios	Sitios web
Modelo de comunicación	Blogueo	Wordpress, Blogger
	Microblogueo	Twitter, Me2day, Tumblr
	Redes sociales	Facebook, LinkedIn, Ning, Cyworld, MySpace, Google+
	Redes de eventos	Meetup.com, Upcoming,
	Mensajes instantáneos	KakaoTalk, WhatsApp, Line, Viber
	Videoconferencias	Skype, GoogleHangout
Modelo de colaboración	Wikis	Pbworks, Evernote, Twiki
	Marcadores sociales	Delicious, Scoop.it, Diigo, Pinterest, Stumbleupon, Digg, Flipboard, Readwrite
	Comentarios y valoraciones	Eopinions, City-data.com, Kindle.amazon
	Comunidades de preguntas y respuestas (Q&A)	Yahoo! Answers, Askville, Spring.me, Quora

Modelo de distribución de contenidos	Fotografías	Flickr, Instagram
	Videos	Youtube, Vimeo, Vine
	Transmisiones en vivo	Ustream.tv, Justin tv
	Música y audio	iTunes, Last.fm, Soundcloud
Modelo de entretenimiento	Archivos, documentos, libros y revistas	Scribd, Issuu, Slideshare, 4shared, Google Docs
	Mundos virtuales	Second Life, The Sims
	Juegos compartidos	Miniclip, Kongregated, Anipang, CandyCrash

Fuente: Choi & Yang, 2009.

LOS MEDIOS SOCIALES EN LA UNIVERSIDAD

La adopción de los medios sociales en el contexto universitario constituye un valioso recurso para el aprendizaje y hace posible que los estudiantes encuentren nuevas vías de comunicación, una fuente valiosa de información; esto hace posible, entre otras cosas, la participación (Ajjan & Hartshorne, 2008; Muñoz & Townner, 2010; Junco, 2011). En los últimos años, los blogs y los wikis son los medios sociales más utilizados por los estudiantes en tareas individuales, en particular para crear contenido y agregar comentarios (Seamean & Tinti-Kane, 2013). Los blogs, weblogs o bitácoras hacen de estas herramientas un instrumento de gran valor en educación dentro de un modelo constructivista. Los blogs sirven de apoyo al E-learning, establecen un canal de comunicación informal entre profesor y alumno, promueven la interacción social y dotan al alumno de un medio personal para adquirir experiencias de aprendizaje (Lara, 2005). Por su parte, los wikis son herramientas especialmente para el aprendizaje colaborativo porque permiten que los estudiantes construyan, compartan y exploren información y conocimientos a partir de una comunicación entre pares (Haythornthwaite, 2006).

Resulta evidente el interés y las posibilidades que ofrecen estas herramientas para su uso en el entorno universitario. Sin embargo, esto dependerá de la forma en que se promuevan como estrategia de aprendizaje. Investigaciones realizadas consideran la importancia del desarrollo de un conjunto de habilidades y competencias tecnológicas (Kennedy *et al.*, 2008), así como el superar una “disonancia digital” al acentuar aquellas tecnologías que traen efectos positivos en el aprendizaje y sean adaptables al contexto sociocultural del estudiante (Clark *et al.*, 2009); finalmente, se necesita diseñar actividades de apoyo y soporte a través del andamiaje de experiencias de aprendizaje con el uso de la tecnología (McLoughlin & Lee, 2010).

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Se realizó un análisis comparativo aplicando un metaanálisis para medir el tamaño y las tendencias del uso de los medios sociales como herramienta de aprendizaje en el contexto universitario. El tamaño de la muestra se determinó con base en la recuperación de artículos publicados en México y en Corea del Sur entre 2004 y 2013. El método de investigación llamado metaanálisis fue introducido por Glass en 1976 para hacer revisiones sistemáticas de la literatura en un intento de sintetizar los resultados dentro de un contexto, interpretarlos y llegar a una conclusión.

La figura 1 muestra brevemente el proceso de esta investigación.

Figura 1. Proceso de la Investigación



La tabla 2 presenta el marco de análisis de este estudio y fue diseñado en torno a la literatura sobre estudios relacionados con el tema (Jeung, 2010; Bennett. *et al.*, 2012; Davis *et al.*, 2012; Tess, 2013; Nykvist & Lee, 2013).

Tabla 2. Un marco de análisis de datos

Categorías	Indicadores	Descripción
1. Datos generales	a) Campos del conocimiento b) Género c) Año de estudios (grado)	En él se analizan los sujetos.
2. Tipo de herramientas	a) Wiki b) Blog c) YouTube d) Facebook e) Twitter f) Computadora en la nube g) Otros	En él se describen los medios sociales más usados en educación superior.
3. Propósitos de uso	a) Comunicación b) Capital social b) Distribución e intercambio c) Creación de contenidos	En él se describen los propósitos de uso de los medios sociales.
4. Entornos de aprendizaje	a) Entorno de aprendizaje virtual b) Entorno de aprendizaje combinado	En él se describen los entornos de aprendizaje considerando sus aspectos tecnológicos.
5. Tipo de pedagogía empleada	a) Aprendizaje autodirigido b) Aprendizaje colaborativo c) Auténticas tareas en contexto	En él se describen las prácticas pedagógicas empleadas por el maestro.
6. Resultados de aprendizaje	a) Construcción del conocimiento b) Adquisición de habilidades y competencias c) Cambio de actitudes y valores	En él se describen los resultados de aprendizaje a través del uso de los medios sociales.

Fuente: elaboración propia.

Los datos se recolectaron a través de seis bases de datos por medio de la inserción de palabras clave. Las bases son las siguientes: Redalyc, una red de información de revistas científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal consultada en <http://www.redalyc.org/>; Scholar, un motor de búsqueda abierto generado por Google y consultado en <http://scholar.google.co.kr/>; EBSCOhost, una base de datos para la búsqueda y recuperación de información accesible en <http://search.ebscohost.com/>; RISS, un repositorio de información del Korea Education and Research Information Service, consultado en <http://www.riss.kr/>; DBpia, un servicio de consulta de revistas académicas coreanas, memorias de congresos, entre otros, accesible en <http://www.dbpia.co.kr/>; y E-article, una biblioteca digital que agrupa publicaciones coreanas y trabajos académicos de Haksul Kyoyugwon y consultado en <http://www.earticle.net/>. Los datos fueron recopilados de octubre a diciembre de 2013, y finalmente fueron extraídos y organizados en hojas de Excel para su clasificación, análisis e interpretación.

RESULTADOS

Una vez realizada la validez y confiabilidad de los datos, se procedió a elaborar un análisis comparativo de 15 trabajos de investigación de México y 23 trabajos de Corea del Sur publicados en revistas especializadas de 2004 a 2013.

Según los resultados, en México, el año de transición en el uso de los medios sociales en educación superior fue 2013 (26.7%), mientras que en Corea del Sur, 2012 (39.1%) (ver figura 2 como referencia).

Figura 2. Tendencia en el uso de los medios sociales



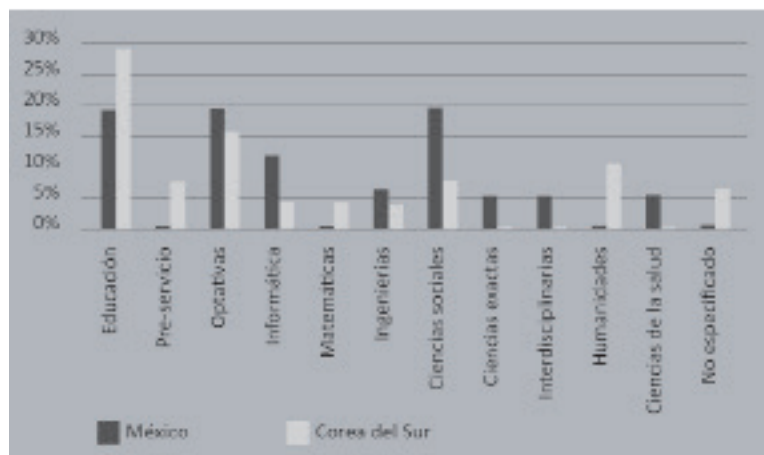
Fuente: elaboración propia.

¿Cuáles son las características de los medios sociales como herramientas para el aprendizaje?

Como se puede apreciar en la figura 3, en México las campos del conocimiento en donde se implementaron los medios sociales son: ciencias sociales, 20% en programas académicos como Psicología, Ciencias de la Comunicación y Administración; educación, 20% en asignaturas como Ambientes Virtuales y Práctica Docente, o maestrías en Pedagogía y en Tecnología Educativa; materias optativas, 20% para el desarrollo de competencias de lectura y escritura, debate en foros de discusión y el desarrollo integral del universitario. Otros campos son: ciencias computacionales, 13.3%; ingenierías, 6.7%; ciencias exactas, 6.7%; interdisciplinarias, 6.7%; ciencias de la salud, 6.7%. Por otro lado, en Corea del Sur el área que más incidencias tuvo

es en educación, con 30.4%, en asignaturas como Tecnología Educativa y Métodos de Instrucción. Otros campos fueron materias optativas, 17.4%; humanidades, 13%; preservicio, 8.7%; ciencias sociales, 8.7%; no especificado, 8.7%; ingenierías, 4.4%; ciencias computacionales, 4.4%; y matemáticas, 4.4%.

Figura 3. Campos del conocimiento



Fuente: Elaboración propia.

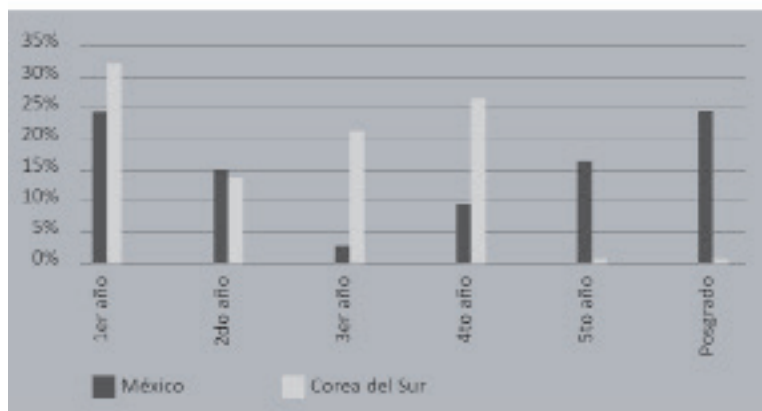
El siguiente indicador muestra al género. En México, las mujeres constituyen una mayor población que usa estas herramientas en actividades de aprendizaje, con 64.9%, mientras que los hombres obtuvieron 35.1%. Es interesante encontrar que en México es mayor el uso de los medios sociales por parte de las mujeres y que, finalmente, estos datos muestran un desequilibrio en cuestión de género. Ya lo habían señalado Espinosa y Jiménez (2013) en su investigación. Ellos describen un rol más activo de la mujer en grupos de apoyo y en comunidades en línea y utilizan las redes sociales para socialización. Algunas otras cifras de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI, 2012), muestran que las mujeres envían mayor número de correos electrónicos, mensajes instantáneos y acceden a las redes sociales con mayor frecuencia. En el caso de Corea del Sur, la población en relación con el género representa un valor más equilibrado: las mujeres participan con 51.5% y los hombres con 48.5%.

La figura 4 muestra el año de estudios de los estudiantes. En ambos países, el uso de medios sociales se relaciona con los estudiantes de nuevo ingreso: en México con 25% y en Corea del Sur con 33.6%. Esto es comprensible desde la perspectiva de Prensky (2001), quien sugiere que los jóvenes, que nacieron en la “era digital” y son llamados nativos digitales, traen consigo diferentes preferencias, habilidades y formas de procesar la información a través del uso de la tecnología. En este punto, es preciso señalar las aportaciones de Herrera-Batista (2009) y Ortega y Banderas (2011), que describen a los estudiantes de nuevo ingreso de las universidades mexicanas con un mayor acceso a internet y preferencias de recursos tecnológicos para realizar tareas y participar en actividades cotidianas.

Por otra parte, también sobresale que estudiantes mexicanos de posgrado y de estudiantes surcoreanos de cuarto año utilizan los medios sociales en actividades

de aprendizaje. Estos últimos resultados tienen (al menos) dos lecturas. La primera: en México, los estudiantes en servicio profesional que estudian posgrados en educación desarrollan habilidades técnico-didácticas, particularmente en el diseño de una clase con el uso de nuevas tecnologías. La segunda: en Corea del Sur, los estudiantes del último año usan las redes sociales para crear relaciones personales y profesionales.

Figura 4. Año de estudio de los estudiantes



Fuente: elaboración propia.

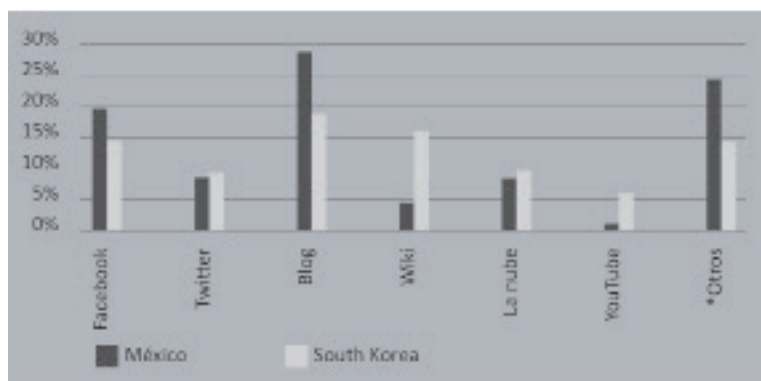
Como se muestra en la figura 5, los tipos de herramientas que se usan son: en México, los blogs, 30%; otras herramientas (podcast, aplicaciones móviles, Picasa, grupos de interés [Google, Café Naver®]), marcadores sociales y herramientas de creación de contenidos), 25%; Facebook, 20%; la computadora en la nube, 10%; Twitter, 10%; y Wiki, 5%. Mientras que en Corea del Sur, los wikis, 23.1%; Facebook, 15.4%; blogs, 15.4%; otras herramientas (las ya citadas), 15.4%; la computadora en la nube, 11.5%; Twitter, 11.5%; y YouTube, 7.7%.

La llamada “blogósfera” en México ha desencadenado un sinnúmero de experiencias de aprendizaje, como el desarrollo de habilidades y competencias, la creación de portafolios virtuales, y una plataforma de difusión de las actividades y materiales curriculares. En Corea del Sur, el uso de los wikis en actividades de aprendizaje ha sido posible gracias a la apertura de un servicio llamado *Springnote*® (un cuaderno virtual que funcionó de 2010 a 2012). Esta herramienta fue diseñada para facilitar un escenario virtual y motivar a la solución de problemas, la toma de decisiones y el desarrollo de nuevas ideas en colaboración (Han, Yim & Lee, 2012).

No obstante, en los últimos años, la popularidad de Facebook es generalizada. En México se observa que en 2013 se incrementaron las incidencias a un cien por ciento más respecto al año anterior, mientras que en Corea del Sur en ese mismo año se incrementó hasta doscientos por ciento en comparación con el año anterior. Se puede afirmar que en ambos países esta red social constituye un fenómeno comunicativo debido a que ha ayudado a la formación de comunidades virtuales. También, Facebook ha permitido el desarrollo de estrategias de inclusión (Yu, Park & Cha, 2013) y el desarrollo de competencias sociocognitivas (Kim, 2012).

El surgimiento de la computación en la nube en México, en 2013, ha ofrecido un nuevo recurso informático, mientras que en Corea del Sur este indicador disminuyó su frecuencia respecto al año anterior. La computadora en la nube permite acceder a información con mayor facilidad sin necesidad de adquirir licencias de software, comprar dispositivos externos como USB y derrochar grandes cantidades de dinero para la gestión de datos.

Figura 5. Tipo de herramientas

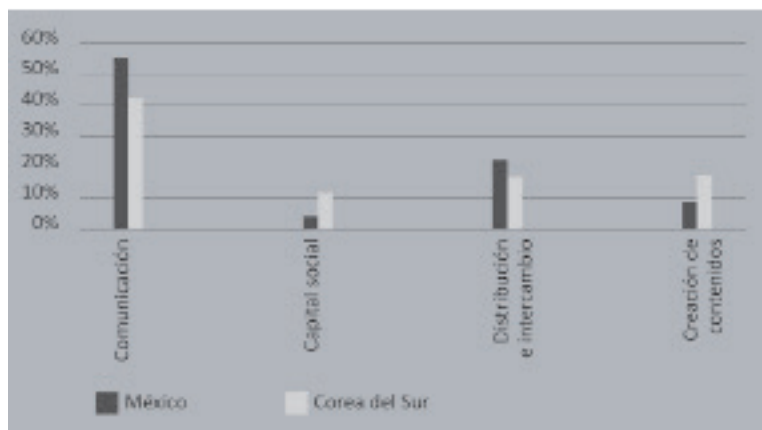


Fuente: Elaboración propia

En la figura 6 se muestra el propósito del uso de los medios sociales. En México, comunicación obtuvo 58.3%, distribución e intercambio, 25%, creación de contenidos, 12.5% y capital social, 4.2%. En tanto, en Corea del Sur, comunicación obtuvo 45.5%, distribución e intercambio, 20.5%, creación de contenidos, 20.5% y capital social, 13.6%.

En ambos países, los medios sociales se usan para abrir nuevas vías de comunicación. Sin embargo, en comparación con Corea del Sur, en México aún es mayor el uso de estas herramientas para fines comunicativos. Otro dato sobresaliente: en Corea del Sur existe una mayor acumulación de capital social; es decir, los coreanos que usan las redes sociales buscan relacionarse con otros para mejorar sus condiciones de vida (logro educativo y ocupacional, acceso al mercado laboral, creación de relaciones afectivas, etcétera). Según Jin (2013), una presencia social está íntimamente relacionada con la creación de relaciones sociales. Por ello, el efecto de capital social se refiere a que los usuarios con una fuerte presencia social están dispuestos a confiar en los demás y es más probable que creen lazos íntimos con otros.

Figura 6. Propósito del uso de medios sociales



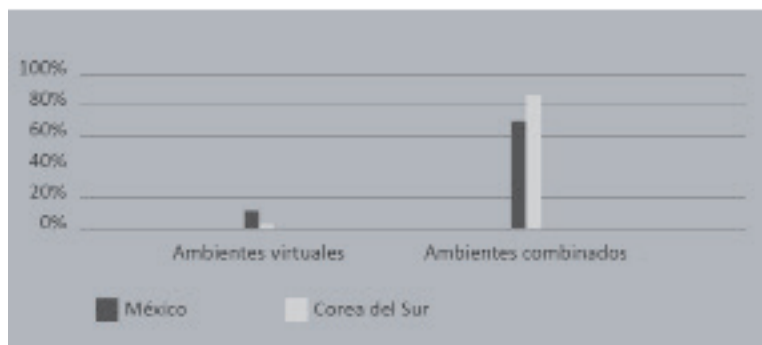
Fuente: elaboración propia.

En la figura 7 se muestran los entornos de aprendizaje. En México, el entorno combinado obtuvo 80% y el ambiente virtual, 20%, mientras que en Corea del Sur, el cien por ciento lo alcanzó el entorno de aprendizaje combinado.

En ambos países, el entorno de aprendizaje que más se utiliza es el aprendizaje combinado (o *blended learning* en inglés), el cual es ampliamente usado en instituciones de educación superior porque se ha tomado el componente presencial cara-a-cara en lugares físicos y lo virtual en plataformas de aprendizaje formal (ejemplo: Moodle, Blackboard) o en plataformas informales (como redes sociales, blogs, wikis). En México, el fallo del E-learning (Flores, 2009) y las dificultades de implementar eficazmente los recursos educativos abiertos (REA) (Contreras, 2010) dieron pie al desarrollo de nuevos entornos de aprendizaje y el aprovechamiento de otros medios tecnológicos que contribuyen al diseño de nuevas estructuras de socialización y colaboración.

Vale la pena mencionar que en Corea del Sur ha surgido un paradigma en educación cristiana en entornos de aprendizaje combinados. Algunas universidades surcoreanas han optado por implementar creativas formas de enseñar religión a través del uso de redes sociales. Los estudiantes se relacionan íntimamente con sus tutores utilizando una estrategia de *mentoring*. Kim (2013) describe esta experiencia de aprendizaje en la que los estudiantes son introducidos en comunidades de práctica con el fin de lograr un cambio en sus valores y actitudes.

Figura 7. Entornos de aprendizaje



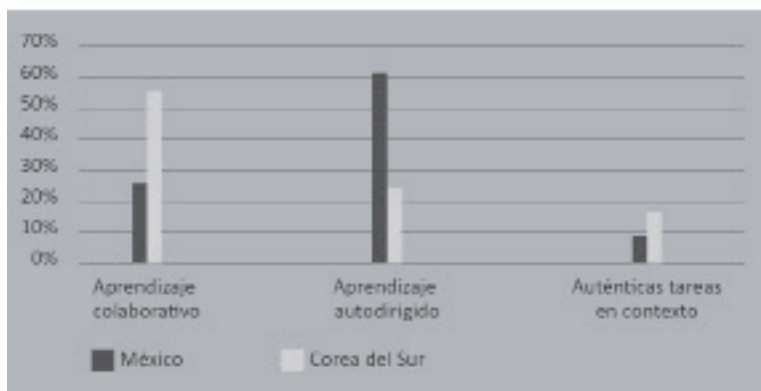
Fuente: elaboración propia.

La figura 8 muestra el tipo de pedagogía empleada. En México, el aprendizaje autodirigido obtuvo 66.7%, el colaborativo, 20%, y las auténticas tareas en contexto, 13.3%. En Corea del Sur, el aprendizaje colaborativo obtuvo 50%, el autodirigido, 29.2%, y las auténticas tareas en contexto, 20.8%.

El aprendizaje autodirigido es un enfoque constantemente discutido. Se concibe por el diseño de métodos de enseñanza y aprendizaje en el que los estudiantes son el actor clave en su proceso formativo. En este sentido, los datos muestran que en México las estrategias educativas se dirigen hacia un aprendizaje autodirigido. Sin embargo, entre 2012 y 2013 algunas tareas auténticas en contexto han combinado las ventajas de los medios sociales para el aprendizaje. Estas estrategias se refieren a un aprendizaje basado en la solución de problemas y el aprendizaje basado en proyectos.

En el caso de Corea del Sur, los datos muestran que el aprendizaje colaborativo se presenta como una oportunidad de aprendizaje a lo largo de los últimos diez años. Según Lee (2011), este tipo de pedagogía se ha desarrollado con base en estrategias que refuerzan aspectos socioemocionales de los estudiantes y en la creación de espacios para el intercambio de ideas de modo que la computadora ha servido de mediadora. Sin embargo, muchos especialistas en diferentes medios de información hablan del reciente *boom* del aprendizaje autodirigido en el campo educativo coreano debido a la rápida difusión y el uso de los equipos móviles que han ocasionado que los estudiantes sean más receptivos a la incorporación de nuevas herramientas para el aprendizaje (Park, Nam & Cha, 2012). En este sentido, los estudiantes trabajan individualmente desde diferentes lugares (en el metro, la casa, la cafetería...) a través de internet; este comportamiento ha impulsado la generación de nuevas estrategias de trabajo individual del estudiante frente a sus colectividades para la gestión de sus propios recursos y la interacción con otros para la elaboración de tareas.

Figura 8. Tipo de pedagogía empleada



Fuente: elaboración propia.

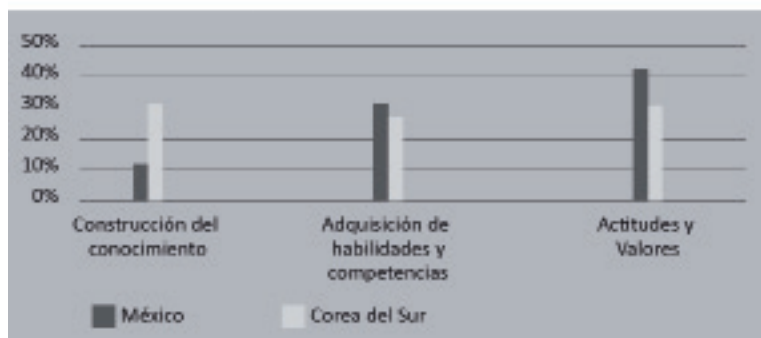
¿Cuáles es el efecto en el aprendizaje como resultado de la implementación en educación superior?

Como se puede ver en la figura 9, en México el cambio de actitudes y valores obtuvo 47.8%, la adquisición de habilidades y competencias, 34.8%, y la construcción del conocimiento, 17.4%. En Corea del Sur la construcción del conocimiento obtuvo 35%, el cambio de actitudes y valores, 35%, y la adquisición de habilidades y competencias, 30%.

En ambos países, el uso de los medios sociales ha generado un cambio en las actitudes y valores de los estudiantes. En Corea del Sur se muestra un impacto en la construcción del conocimiento. Por su parte, en México se puede interpretar que los estudiantes están más influenciados en la búsqueda de la expresión de sus ideas a través de “modernas” herramientas tecnológicas cuando combinan sus tiempos de estudio y ocio. Esto demuestra un cambio cultural, de interés y un “entusiasmo” por el uso de medios sociales, pero en el contexto académico las estrategias para potencializarse no han sido claras. El valor añadido de las redes sociales, en particular, se caracteriza en un atractivo social que parte del acercamiento entre lo formal y lo informal, el fomento de la comunicación entre alumnos, en la capacidad de descentralización y modulación de actividades en un uso masivo, pero organizado mediante diversos agentes (De Haro, 2009).

En Corea del Sur, el uso de los medios sociales ha impactado en la forma en que se construyen comunidades virtuales y los estudiantes participan activamente en ellas. La gran cantidad de interacciones entre estudiantes, maestros, especialistas, investigadores, padres de familia, entre otros, ha dado como resultado la construcción de significados y discursos que conllevan a una transformación de la propia “ecología del aprendizaje” del estudiante con el uso de estos nuevos medios a través de internet.

Figura 9. Resultados de aprendizaje



Fuente: elaboración propia.

CONCLUSIONES

A partir de esta investigación, los medios sociales se entienden como el conjunto de servicios tecnológicos basados en internet, los cuales ayudan a mejorar la comunicación interpersonal y la colaboración entre pares. Estas herramientas facilitan el proceso de aprendizaje informal mediante la adquisición y gestión de información, generación de espacios abiertos para la discusión, conversación y para la realización de tareas más allá del aula. Los usuarios tienen la posibilidad de conectarse a una red para crear, modificar, transformar y compartir contenidos con otros a través de comunidades virtuales de aprendizaje. También, se han identificado elementos que son parte fundamental para la aplicación de estos medios tecnológicos en la universidad, entre ellos destacan los siguientes:

Primero, en México, los medios sociales han sido implementados en áreas del conocimiento como ciencias sociales, educación y materias optativas. Los usuarios son principalmente mujeres. La participación de la mujer es crucial porque representan un elemento importante para una efectiva comunicación y socialización. Los jóvenes de nuevo ingreso traen consigo una cultura digital más sólida a la universidad y son más capaces para llevar a cabo tareas y actividades con ayuda de la tecnología. Asimismo, los estudiantes de posgrado en servicio utilizan los medios sociales para desarrollar habilidades técnico-didácticas para su quehacer docente.

Segundo, en Corea del Sur, los medios sociales han sido implementados en su mayoría en el departamento de educación. La implantación de estas herramientas se muestra ligeramente balanceada entre hombres y mujeres. Los estudiantes de nuevo ingreso tienden a usar más los medios sociales. Una diferencia con México es que se han aplicado estas tecnologías más en procesos pedagógicos que en términos de innovación tecnológica.

Tercero, en México, el propósito del uso de los medios sociales ha sido ante todo para ofrecer nuevas vías de comunicación. Los blogs han funcionado como facilitadores para el desarrollo de habilidades técnicas y cognitivas, mientras que en los últimos años el uso de Facebook promueve conversación y conexión con otros. Finalmente, la computación en la nube puede ser una alternativa para resolver conflictos de acceso a la educación, costos en infraestructura académica y de servicios, así como de licencias de software. El entorno de aprendizaje combi-

nado facilita el trabajo dentro y fuera del aula de manera informal y promueve el trabajo individual autodirigido. Asimismo, se observan pedagogías más flexibles y adaptables a la naturaleza del alumno, como el aprendizaje basado en problemas y un aprendizaje basado en proyectos.

Cuarto, en Corea del Sur, el uso del wiki fue introducido como clave fundamental para crear entornos colaborativos de participación, sobre todo para la solución de problemas y toma de decisiones. Sin embargo, en los últimos años, las redes sociales han facilitado la creación de relaciones sociales y el surgimiento de un capital social. El efecto de estar siempre conectados con otros a través de internet ha generado una confianza al grupo, la construcción de nuevas ideas creativas y el mantenimiento de una presencia social. Finalmente, el entorno de aprendizaje combinado está acompañado con fuerza por el diseño de actividades autónomas para mejorar el aprendizaje autodirigido.

Quinto, el efecto de los medios sociales como producto aprendido o logrado; en México se mostraron cambios en las actitudes y los valores de los estudiantes frente al uso de los medios sociales. Estos medios han ayudado a la expresión de ideas, la creación y transmisión de contenidos digitales con otros, combinando el estudio y los tiempos de ocio. En cambio, en Corea del Sur no sólo se reflejó un cambio en sus actitudes y valores, sino que se han construido significados y discursos que conllevan a una transformación de la propia “ecología de aprendizaje” del estudiante a través del uso de estos nuevos medios en internet.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajjan, H. & Hartshorne, R. (2008). Investigating faculty decisions to adopt web 2.0 technologies: Theory and empirical tests. *The Internet and Higher Education*, 11(2), 71–80.
- Bennett, S. et al. (2012). Implementing web 2.0 technologies in higher education: A collective case study. *Computers and Education*, 59(2), 524–534.
- Choi, K. & Yang, S. (2009). *Internet social media and journalism*. Seoul: Korea Press Foundation.
- Clark, W. et al. (2009). Beyond web 2.0: Mapping the technology landscapes of young learners. *Journal of Computer Assisted Learning*, 25, 56–69.
- Contreras, R. (2010). Recursos educativos abiertos: una iniciativa con barreras aún por superar. *Apertura*, 2(2). Recuperado de <http://www.udgvirtual.udg.mx/apertura/index.php/apertura3/article/view/143/163>
- Davis, C. et al. (2012). *Social media and higher education: A literature review and research directions*. Report printed by the University of Arizona and Claremont Graduate University.
- De Haro, J. (2009). Las redes sociales aplicadas a la práctica docente. *Didáctica Innovación y Multimedia*, 13.
- Espinosa, E. y Jiménez, S. (2013). Una mirada a las redes sociales virtuales desde el género. *Gestión y Estrategia*, 43, 33–50.
- FKII Josayeongu Team (2006). Sosyeol midieo (Social media)ran mueosinga? *Jeongbo Saneopji*, 52–55. Recuperado de <http://mosechoi.tistory.com/attachment/gk130000000000.pdf>
- Flores, Z. (2009). *Desafíos del blended learning en la educación superior en México* (monografía). Universidad Veracruzana, Xapala, Veracruz.
- Giacardi, E. (2012). *Heritage and social media: Understanding heritage in a partici-*

- patory culture*. London & New York: Routledge.
- Glass, G. (1976). Primary, secondary, and meta-analysis of research. *Educational Researcher*, 5, 3–8. Recuperado de <http://www.gvglass.info/papers/primary.pdf>
- Han, J., Yim, H. & Lee, J. (2012). Scenario planning based on collective intelligence using wiki. *Gisulhyeoksins-Yeongu*, 20(2).
- Haythornthwaite, C. (2006). Facilitating collaboration in online learning. *Journal of Asynchronous Learning Networks*, 10(1), 7–24.
- Herrera-Batista, M. (2009). Disponibilidad, uso y apropiación de las tecnologías por estudiantes universitarios en México: perspectivas para una incorporación innovadora. *Revista Iberoamericana de Educación*, 48(6), 1–9.
- Jeung, H. (2010). Development and evaluation of usefulness on unplugged activity for information security education. *The Journal of Creative Informatics & Computing Education*, 4(2), 9–14.
- Jin, C. (2013). The role of Facebook users' self-systems in generating social relationships and social capital effects. *New Media & Society*, 0(0), 1–19.
- Joosten, T. (2012). *Social media for educators: Strategies and best practices*. Hoboken, NJ, USA: Jossey-Bass.
- Junco, R. (2011). Twitter to improve college student engagement. *Paper presented at SXSW Interactive*. Austin, Texas.
- Kennedy, G. et al. (2008). Immigrants and natives: Investigating differences between staff and students' use of technology. *Proceedings ascilite*. Melbourne.
- Kim, H. (2012). A study on the possibility of development of social media literacies using Facebook. *Korean Journal of the Learning Sciences*, 6(2), 20–38.
- Kim, S. (2013). Facebook and creative teaching methods of seeking new possibilities in the way of Christian education. *Sinang Hakmun*, 18(3), 37–73.
- Lara, T. (2005). Blogs para educar. Uso de los blogs en una pedagogía constructivista. *Telos*, 65(2). Recuperado de http://itqro.com/moodledata/23/blogs/biblio-blog/blog_Tiscar_Lara.pdf
- Lee, B. (2011). *Conditions affecting Computer Supported Collaborative Learning in Higher Education in the UK and South Korea* (Unpublished thesis/dissertation). University of Birmingham.
- Mayfield, A. (2007). *What is social media?* iCrossing. Recuperado de <http://www.icrossing.com/sites/default/files/what-is-social-media-uk.pdf>
- McLoughlin, C. & Lee, M. (2010). Personalised and self-regulated learning in the Web 2.0 era: International exemplars of innovative pedagogy using social software. *Australasian Journal of Educational Technology*, 26(1), 28–43.
- Muñoz, C. & Towner, T. (2010). Social networks: Facebook's role in the advertising classroom. *Journal of Advertising Education*, 14(1), 20–27.
- Mustonen, P. (2009). *Social media a new way to success?* Recuperado de http://info.tse.fi/julkaisut/kr/Kre1_2009.pdf
- Nykvist, S. & Lee, K. (2013). Mixing higher education teaching and learning with mobile devices and social media. En *Proceedings of IAC-ETel 2013*. Prague Czech Republic.
- Ortega, C. & Balderas, A. (2011). Percepción de los jóvenes universitarios sobre el uso de Twitter en los procesos de enseñanza-aprendizaje. *Apertura*, 3(2).
- Park, S., Nam, M. & Cha, S. (2012). University students' behavioral intention to use mobile learning: Evaluating the technology acceptance model. *British Journal of Educational Technology*, 43(4), 592–605.

- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants Part 1. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Ryberg, T. (2008). Challenges and potentials for institutional and technological infrastructures in adopting social media. En Hodgson, V. et al. (Eds.). *Proceedings of the 6th International Conference on Networked Learning* (pp. 658–665).
- Safko, L. & Brake, D. (2009). *The social media bible: Tactics, tools, and strategies for business success*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
- Schwartz, H. (2012). *Interpersonal boundaries in teaching and learning. New directions for teaching and learning*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Seamean, J. & Tinti-Kane, H. (2013). *Social Media for Teaching & Learning*. Boston: Pearson Learning Solutions. Recuperado de <http://dev.pearsonlearningsolutions.com/assets/downloads/reports/social-media-for-teaching-and-learning-2013-report.pdf>
- Tess, P. (2013). The role of social media in higher education classes (real and virtual) – A literature review. *Computers in Human Behavior*, 29(5), 60–68.
- UNESCO (1998). *Declaración mundial sobre la educación superior en el siglo XXI: visión y acción*. Recuperado de http://www.unesco.org/education/educprog/wche/declaration_spa.htm
- Yu, B., Park, H. & Cha, S. (2013). A study on the learning effect of the structural relationships model with the use of social networking services (SNS) in university classes. *Gyoyuk gwahak yeongu*, 44(3), 133–159.