

UTILIZACION DE LA RED SOCIAL FACEBOOK COMO HERRAMIENTA DE COMUNICACIÓN Y FORTALECIMIENTO ACADÉMICO EN EL PROCESO DE ENSEÑANZA – APRENDIZAJE¹

Use of the Facebook social network as a communication tool and academic strengthening in the teaching-learning process.

POR: DRA. MARÍA EUGENIA CALVILLO VILICAÑA

*Catedrática de Tiempo Completo
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU)
Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT) (México)
mcalvillo@docentes.uat.edu.mx*

POR: MTRA. ALEJANDRA NÚÑEZ RAMOS

*Catedrática de Horario Libre
Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo (FADU)
Universidad Autónoma de Tamaulipas (UAT) (México)
anunezr@docentes.uat.edu.mx*

RESUMEN: La participación de los estudiantes universitarios en las redes sociales es actividad de todos los días. Las posibilidades de aprovechamiento de las redes sociales en el área académica han generado muchos estudios y experimentos, dejando evidente la necesidad de utilizarlas como herramientas académicas. Facebook es la red social de mayor uso en la actualidad; este artículo describe en base a la bibliografía asociada los motivos y propósitos del uso del Facebook como herramienta académica en el proceso de enseñanza –aprendizaje a nivel superior. Por tal motivo, se llevó a cabo un experimento con los estudiantes de la asignatura de Fundamentos del diseño gráfico y animación digital de 1er periodo de la LDGAD de la FADU de la UAT. Para valorar la información se creó una rúbrica de evaluación y una guía de observación; entre los resultados obtenidos destacan los siguientes: los estudiantes utilizan el celular varias veces al día para acceder a Facebook ya sea dentro o fuera de la universidad, tanto para cuestiones personales como académicas, además la mayoría interactuó con el docente para cuestiones académicas.

PALABRAS CLAVES: Redes sociales, Herramienta académica, Proceso enseñanza - aprendizaje.

ABSTRACT: The participation of university students in social networks is an everyday activity. The possibilities of taking advantage of social networks in the academic area

¹ Este trabajo forma parte del número 17 de la REJP. Dicho número ha sido coordinado por el Prof. Dr. Pedro Pablo Gutiérrez González. El Consejo de redacción de la Revista aceptó la coordinación del número indicado así como el contenido del mismo en la sesión que celebró el 12 de marzo de 2019. Tras analizar el contenido de la versión final de los trabajos incluidos en este número, los miembros del Consejo de redacción de la Revista dieron el visto bueno al mismo en una sesión extraordinaria celebrada el 22 de noviembre de 2019.

have generated many studies and experiments, making clear the need to use them as academic tools. Facebook is the social network most used today; This article describes, based on the associated bibliography, the reasons and purposes of using Facebook as an academic tool in the teaching process - learning at a higher level. For this reason, an experiment was carried out with the students of the Fundamentals of Graphic Design and Digital Animation of the 1st period of the FADU of the FATU of the UAT. To evaluate the information, an evaluation rubric and an observation guide were created; Among the results obtained, the following stand out: the students use the cell phone several times a day to access Facebook either inside or outside the university, both for personal and academic matters, in addition the majority interacted with the teacher for academic questions.

KEYWORDS: Social networks, Academic tool, Teaching - learning process.

SUMARIO: I.- INTRODUCCIÓN. II.- LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS ACADEMICAS. III.- ESTUDIO, MUESTRA Y ANALISIS. IV.- CONCLUSIONES. V.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

I.- INTRODUCCIÓN

El presente artículo tiene como objetivo analizar a la red social Facebook como una herramienta de comunicación y fortalecimiento académico en el proceso enseñanza - aprendizaje, los cambios evolutivos que conlleva a la educación actual, con la finalidad de que ayuden para que la transmisión del conocimiento pueda hacerse de forma más dinámica, llamativa, explicativa e interesante para el estudiante.

En la actualidad, los cambios que afectan a las instituciones educativas configuran un nuevo contexto, donde la omnipresencia de las telecomunicaciones en la sociedad, la necesidad de formar profesionales para tiempos de cambio, la continua actualización de estos profesionales, exigen nuevas situaciones de enseñanza-aprendizaje y exigen, también, nuevos modelos adecuados a ellas.

Con la influencia de la globalización y las reformas educativas los contextos sobre enseñanza aprendizaje obligan a los actores de la educación a manejar la tecnología con el fin de formar recursos humanos acordes a los contextos laborales en boga.

Las redes sociales han sido utilizadas en los últimos años en instituciones educativas, permitiendo centralizar en un único sitio actividades docentes, profesionales y estudiantiles de un centro educativo. Algunas de las características que aportan las redes sociales es el aumentar el sentimiento de comunidad educativa tanto a estudiantes como a docentes, mejorara el ambiente de trabajo al permitir al estudiante crear sus propios objetos de interés, aumenta la fluidez y sencillez de la comunicación entre profesores y estudiantes, e incrementa la eficacia del uso práctico de las TIC, al actuar la red como un medio de aglutinación de personas, recursos y actividades.

II.- LAS REDES SOCIALES COMO HERRAMIENTAS ACADÉMICAS

Haciendo remembranza del hecho educativo históricamente se sabe que el docente jugaba un papel de emisor del conocimiento, considerado factor determinante para la obtención del conocimiento y éxito educativo, a él le corresponde organizar el conocimiento, aislar y elaborar lo que debe ser aprendido representando este el mensaje, trazar así el camino por el que marcharán sus estudiantes.

Estudiosos de la comunicación han formulado sus propios y personales esquemas y modelos, algunos consideran que se realiza una comunicación efectiva entre el emisor y los receptores que se conocen ahora como contactos.

Los aportes realizados por Laswell, Lazarsfield, Hovland y Lewin, mostraron que había algo más. Existen cambios en la gente entre el estímulo y la respuesta lo afirmó Laswell en 1948 tras haber analizado el proceso comunicativo y proponer el modelo lineal².

Laswell propuso un nuevo modelo E-O-R (Estímulo – Organismo – Respuesta), que consiste en la concatenación lineal de cinco preguntas-programa: ¿Quién - dice qué - por cuál canal - a quién - con qué efecto?

Este esfuerzo de síntesis es particularmente valioso, dado que agrupa los cinco puntos fundamentales del proceso de comunicación.

Laswell define los elementos de la fórmula para la comunicación impersonal y/o virtual de la siguiente manera:

- a) Quién: “Quién” es el emisor, es decir, el origen, la fuente de toda comunicación.
- b) Dice qué: Se trata aquí del mensaje.
- c) Por cuál canal: Se trata de los medios usados para transmitir el mensaje.
- d) A quién: En relación con el análisis de medios, el análisis de receptores es, preconiza medir en términos de cantidad el universo a alcanzar para aislar una o varias partes.
- e) Con qué efecto: Se trata del impacto que concibe en forma global. En otros términos: el estímulo contenido en un mensaje dado, vehiculizado por tal medio, dirigido a una población o segmento de mercado de tal volumen dando tal resultado.

² COMUNICA-T. (26 de noviembre de 2013). Comunica-T “El canal de conecta”. Obtenido de Comunica-T “El canal de conecta”: <http://t-comunica.blogspot.com/2013/11/modelo-de-lasswell-de-la-comunicacion.html>

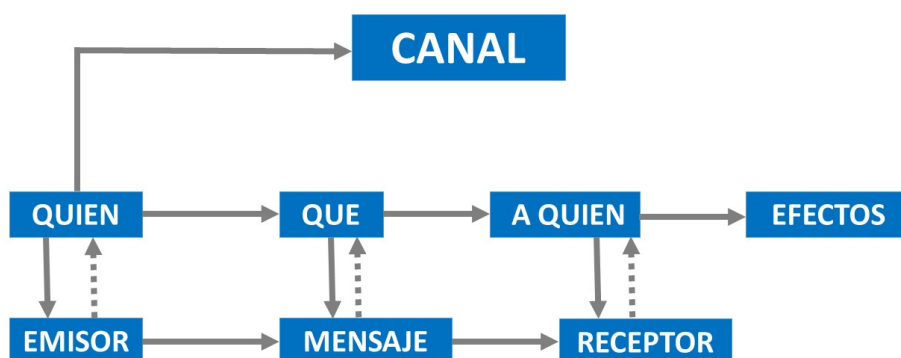


Figura 1. Fórmula de encadenamiento de Laswell

Este proceso de comunicación ha seguido en evolución con diversas teorías como lo plantea Shannon en 1949 es candidata más que válida. La comunicación la entiende como un “proceso de transferencia de información”. Es por esto que la comunicación como todo proceso ha tenido su evolución, como menciona Schramm en 1970, en cuanto al feed-back (retroalimentación), se destaca que, es instantáneo: la codificación y la decodificación se hacen casi simultáneamente; y estas operaciones se “adornan” con una interpretación de los mensajes emitidos. Esto permite una reacción inmediata del Receptor, la cual se traducirá por una reacción inmediata del Emisor.

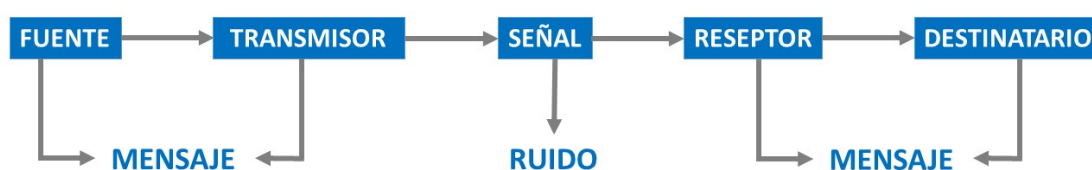


Figura 2. Modelo de Shannon³

Es por ello que el modelo de comunicación humana se muestra presente es esta investigación ya que el proceso como tal ha ido evolucionando por medio de diversos canales de comunicación (mass media) hasta llegar a la comunicación individual según la Teoría de Cloutier en 1971⁴, donde dice que la comunicación es concebida en tres etapas que corresponden a la evolución de la ciencia de la comunicación. Estas etapas son: La comunicación de élite, la comunicación de masas y la comunicación individual. La comunicación individual es Emisor- Receptor, y ya no el medio, quien constituye el centro de la comunicación. Él está a la vez rodeado por otros Emisor- Receptor y por medios múltiples, porque se comunica con los otros individuos y emplea los diferentes medios de que dispone para emitir o recibir, él mismo, mensajes.

³ TEOCUNSUM. (12 de septiembre de 2018). Teoría de la comunicación. Obtenido de Teoría de la comunicación: http://teocomsu.net84.net/2_3.html

⁴ CANO, H. J. (30 de julio de 2012). Ted.canohernandez. Obtenido de Ted.canohernandez: <https://ted.canohernandez.com/2012/07/jean-cloutier-y-la-historia-de-la.html>

Este proceso de comunicación individual ha detonado en que gracias a la ayuda de uno de los massmedia que más auge ha tomado en los últimos tiempos el Internet. El Internet es un medio propicio para hacer este tipo de conexiones para las redes sociales.

Las redes sociales son comunidades virtuales donde sus usuarios interactúan con personas de todo el mundo con quienes encuentran gustos o intereses en común. Funcionan como una plataforma de comunicaciones que permite conectar gente que se conoce o que desea conocerse, y que les permite centralizar recursos, como fotos y vídeos, en un lugar fácil de acceder y administrado por los usuarios mismos⁵, sin embargo en los últimos tiempos las redes sociales han tomado otro giro, ya que no solamente se utilizan para conocer personas de otras partes del mundo, sino inclusive para hacer negocios y la educación está haciendo uso para fines académicos. Este éxito está basado en el efecto de llamada social que tiene sobre los propios alumnos y que hace que se conecten a la red, no porque se lo exige el profesor, sino porque dentro de la red dispone de objetos de su interés, como son los perfiles propios y de los amigos que les definen frente a los demás a través de textos, música, fotos o vídeos. Esto forma relaciones no docentes de tipo social que forman parte del aprendizaje informal. Al mismo tiempo los grupos forman parte del aprendizaje formal, pero en sí mismos son comunidades de práctica, que también son propios del aprendizaje informal⁶.

Existen dos grandes grupos de clarificación de las redes sociales:⁷ Redes sociales horizontales: Cualquier tipo de usuario puede entrar y participar de ellas, sin tener características comunes y Redes sociales verticales: Los usuarios buscan puntos en común.

En la actualidad a nivel mundial existen alrededor de 4,388 usuarios de internet, representando el 57% de la población mundial, del cual 3,484 millones de usuarios se conectan diariamente a las redes sociales, representando un 45% de la población mundial (Navarrete, 2018). La población de la República Mexicana actualmente es de 130 millones de habitantes siendo el 65% de la población usuario de internet. El 78% de la población mexicana invierte un poco más de 8 horas al ciberespacio diariamente, el 15% semanalmente, el 5% mínimo una vez al mes y el 2% menos de una vez al mes desde cualquier dispositivo⁸.

Las redes sociales más populares de acuerdo al número de usuarios a nivel mundial son: Facebook (59%) porque es fácil de usar, interactúa con otros usuarios y permite diversos formatos como video, imagen o texto; YouTube (58%) por su gran capacidad de interacción con otras redes; WhatsApp (56%) por la facilidad de envío de mensajes; Instagram (36%) ya que integra de forma sencilla las opciones de fotografía y video y

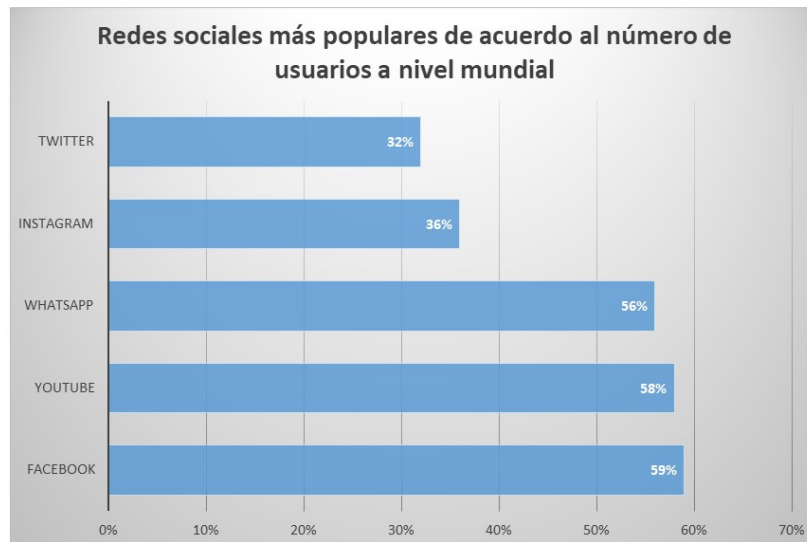
⁵ CASTRO, LUIS. (14 de febrero de 2017). ¿Qué es una red social? <https://www.aboutespanol.com/ques-una-red-social-158168>

⁶ HAMBURG, I.& HALL, T. 2008. Informal learning and the use of Web 2.0 within SME training strategies. eLearning Papers. No 11, November. <http://www.elearningeuropa.info/files/media/media17541.pdf>

⁷ EMOTIONLAB. (04 de septiembre de 2018). Inbound emotion. Obtenido de Inbound emotion: <https://www.inboundemotion.com/blog/tipos-de-redes-sociales-y-sus-caracter%C3%ADsticas>

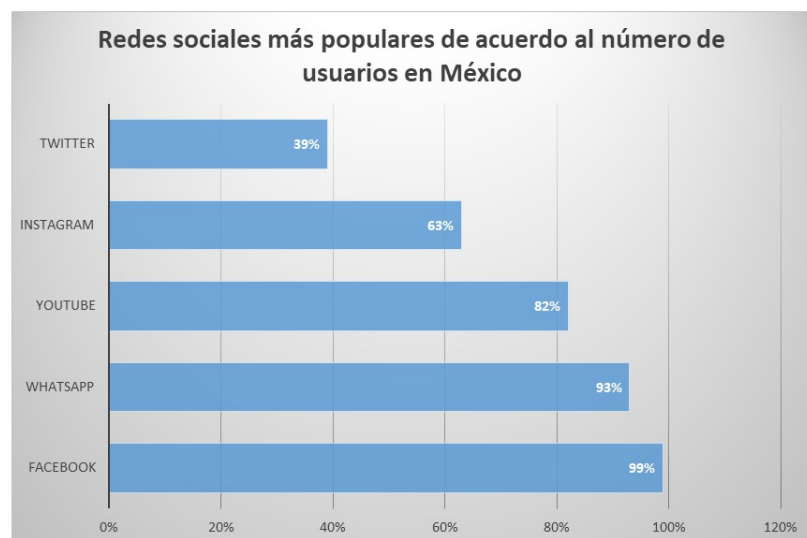
⁸ XIE, Y. M. (23 de febrero de 2018). Social Media, Marketing, SEO, Marca Personal. Obtenido de Social Media, Marketing, SEO, Marca Personal: <https://yiminshum.com/el-mundo-digital-en-mexico-parte-2/>

Twitter (32%) por ser una fuente de intercambio de opiniones en temas de actualidad y tendencias⁹.



Gráfica 1. Redes sociales más populares de acuerdo al número de usuarios a nivel mundial

Facebook es la red social que mayor actividad tiene en la República Mexicana registrando 83 millones de usuarios mensualmente de los cuales el 90% accede desde su celular, siendo los usuarios entre 18 y 34 años los que hacen mayor uso de dicha red social¹⁰.



Gráfica 2. Redes sociales más populares de acuerdo al número de usuarios en México¹¹

⁹ KEMP, S. (17 de julio de 2019). <https://datareportal.com>. Obtenido de https://datareportal.com/?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2019&utm_content=DataReportal_Promo_Slide

¹⁰ IM, I. D. (08 de junio de 2018). Internacional de Marketing Digital Business School. Obtenido de Internacional de Marketing Digital Business School: <https://www.internacionaldemarketing.com/blog/las-redes-sociales-mas-usadas-mexico-caracteristicas/>

¹¹ PASQUALI, M. (15 de octubre de 2019). <https://es.statista.com/>. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/1035031/mexico-porcentaje-de-usuarios-por-red-social/>

Tomando en cuenta lo anterior se determina que Facebook forma parte importante en la vida de millones de jóvenes – estudiantes, por lo tanto, dicha red social puede influir en la vida estudiantil.

“Facebook puede mejorar el aprendizaje tanto dentro como fuera del aula”, según el planteamiento que hace Linda Fogg, Derek Baird y BJ Fogg en el libro Facebook para educadores, debido a que Facebook ofrece a los alumnos la oportunidad de presentar con eficacia sus ideas, mantener debates en línea y colaborar entre sí y a los docentes a sacar provecho de los estilos de aprendizaje digital de sus alumnos; también puede ser una herramienta poderosa para ayudarle a conectar con sus compañeros de profesión, compartir contenido educativo y mejorar la comunicación entre docente-padre-estudiante¹².

El manejo de las redes sociales en el salón de clase ha provocado un impacto en beneficio del alumno y del profesor cuando estas son utilizadas adecuadamente, ya que a través de ellas se ha logrado crear un pensamiento crítico, en pro del desarrollo de las actividades académicas.

Existen diversas ventajas por las cual utilizar Facebook como una herramienta académica en las aulas, a continuación, se mencionarán las más significativas a razón de las necesidades del docente y del estudiante.

III.- ESTUDIO, MUESTRA Y ANALISIS

Cabe mencionar que se realizó un experimento, aplicado las ventajas del uso de Facebook que se citan a continuación, a los alumnos inscritos a la asignatura de Fundamentos del diseño gráfico y animación digital ubicada en el primer periodo 2018-3 de a la Licenciatura en Diseño Gráfico y animación digital de la Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo de la Universidad Autónoma de Tamaulipas.

Ventaja	Razón
Usuarios activos en Facebook	De acuerdo a los datos obtenidos durante la investigación, las jóvenes de edades entre 18 y 34 años cuentan con perfil en Facebook.
Aplicación Gratuita	No se requiere ninguna inversión económica para instalar la aplicación
Conectados desde dispositivo móvil (Celular)	Los estudiantes suelen conectarse varias veces al día, desde sus dispositivos móviles, principalmente desde su celular cuando están fuera de casa, por lo que pueden recibir información continua del docente como recordatorios de trabajos, etc.

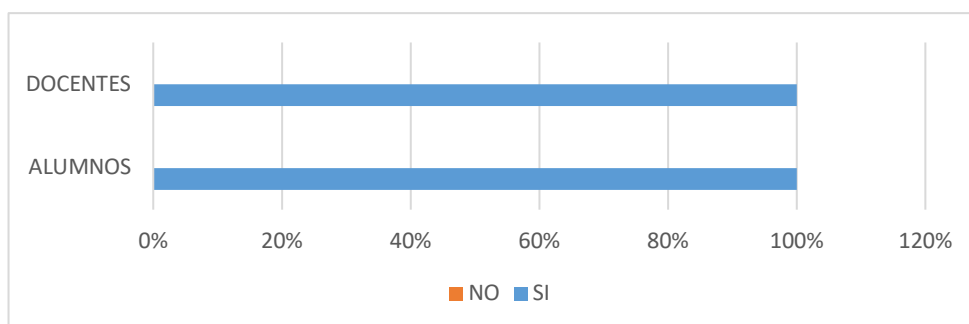
¹² FOGG PHILLIPS LINDA, D. B. (2012). Facebook para educadores. Estados Unidos: Facebookforeducators.

Crear la clase	Se puede tener un perfil independiente del personal, es decir se puede crear un perfil de docente para que no se mezclen con el personal.
Interacción fuera del horario de clase	Los estudiantes pueden interactuar de manera personal o colaborativa
Interacción con expertos	Tener una comunicación con expertos en algún tema, es una actividad extra clase que se puede llevar a cabo
Facilita el debate	Se publica muy fácil alguna nota, permitiendo con ello el inicio de un debate
Envío de material didáctico	Se permite compartir material creado en diferentes programas como: powerpoint, pdf, encuestas, etc.
Organizar el material didáctico	Se permite etiquetar el material que se sube, por lo que el estudiante y el docente lo puede encontrar fácilmente antes de un examen o practica
Creación de eventos	Se pueden crear eventos y compartir a externos y hacer recordatorios de asistencia.

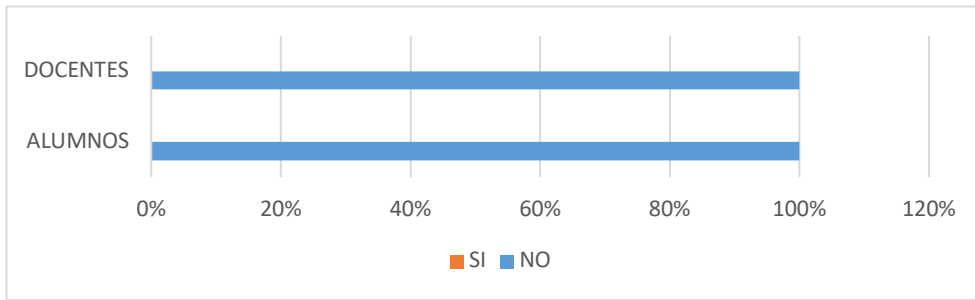
Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Ventaja	Análisis
---------	----------

1.- Usuarios activos en Facebook	El 100% de los alumnos pertenecientes a la asignatura antes mencionada ya cuenta con perfil en Facebook, al igual que el docente.
----------------------------------	---

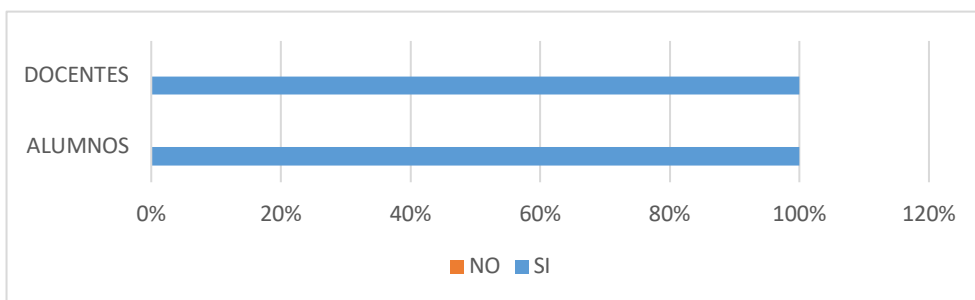


2.- Aplicación Gratuita	El 100% de los estudiantes la descarga a su celular si ningún costo, es decir no pago por la red social.
-------------------------	--



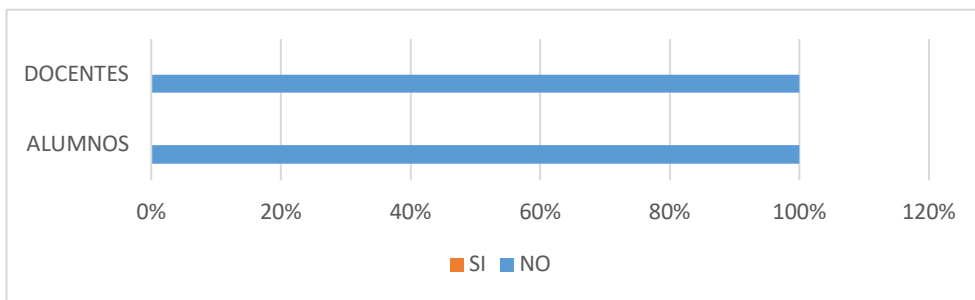
3.- Conectados desde dispositivo móvil (Celular)

La totalidad de los alumnos, es decir el 100% cuentan con celular que les permite conectarse al internet en su casa y/o en otros lugares cuando están fuera de la Universidad.



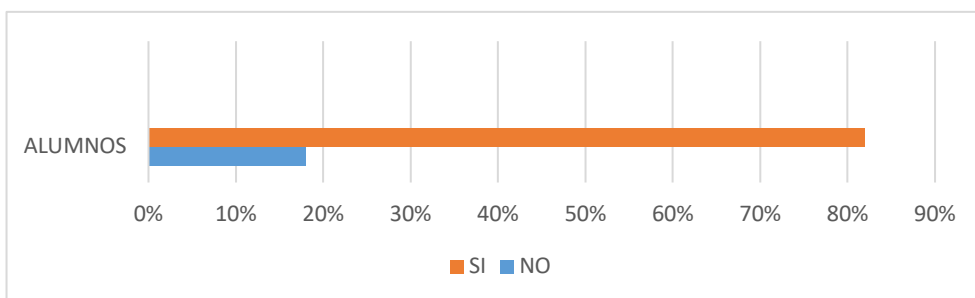
4.- Crear la clase

Se creó sin ningún problema un nuevo perfil como profesor de dicha asignatura, en la cual el 100% de los alumnos accedió sin problema.



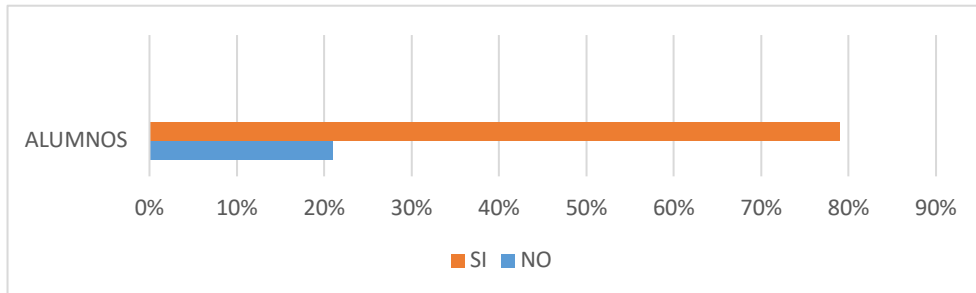
5.- Interacción fuera del horario de clase

El 82% de los estudiantes si buscaron al docente a través de Facebook fuera del horario de clase para aclarar dudas académicas.



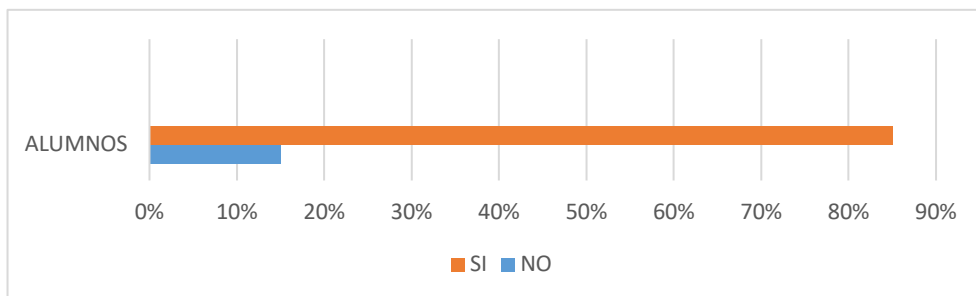
6.- Interacción con expertos

El 79% de los estudiantes si interactuó con un experto invitado, con el cual pudo conversar en más de una ocasión.



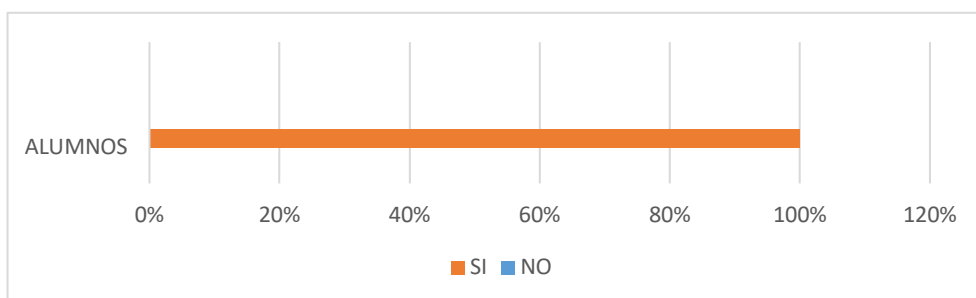
7.- Facilita el debate

Casi el 85% de los estudiantes si ha seguido un debate por Facebook con su docente o compañeros fuera de horario de clase.



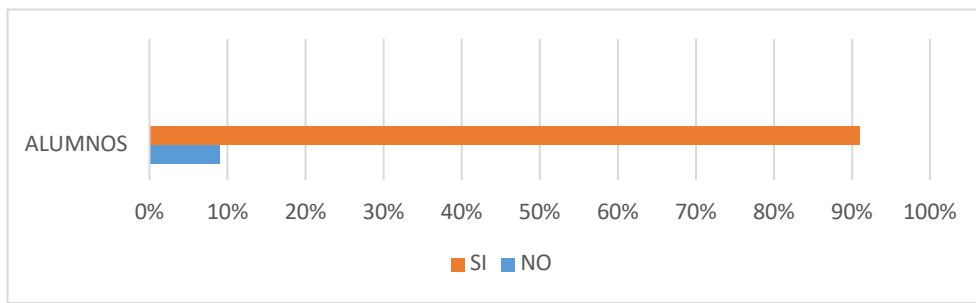
8.- Envío de material didáctico

Se compartió material multimedia como presentaciones de power point, pdf, videos, fotografías, las cuales sin ninguna complicación sí pudieron ser vistas por el 100% de los estudiantes.



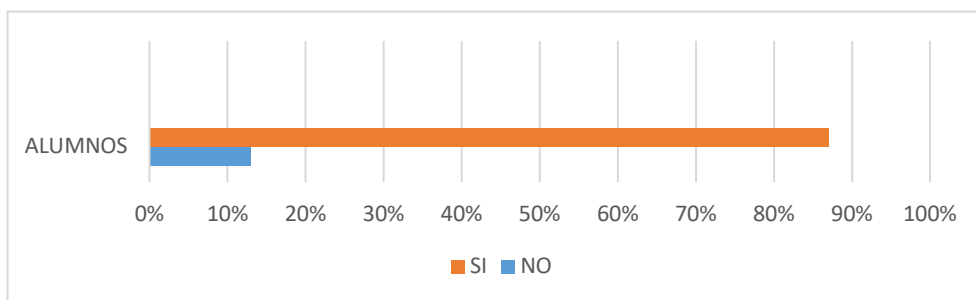
9.- Organizar el material didáctico

Se etiquetó el material didáctico, y se le solicito al alumno que lo buscara como referentes para el examen. El 91% si pudo encontrarlo sin ninguna complicación.



10.- Creación de eventos

Se creó un evento para compartir los trabajos realizados por los alumnos, para lo cual se hicieron invitaciones a externos, obteniendo una respuesta favorable del 87%.



IV. CONCLUSIONES

Las redes sociales son el medio de interacción primordial entre las personas, en especial entre los jóvenes estudiantes, desarrollando el fenómeno social comunicativo más significativo en estos tiempos.

Facebook es la red social más usada en diferentes áreas económicas, sin embargo, en el ámbito educativo aún no se vislumbra totalmente su aporte como herramienta académica, por lo que se considera importante se volteé a ver como una herramienta de comunicación académico no solamente económico o social.

Facebook facilita un espacio horizontal de interacción, adecuando al estudiante a participar más libre y fluidamente, así como la familiaridad en su uso es favorable, pues la mayoría de los estudiantes tienen su propio perfil, por lo que se vuelve sencillo captar la atención de los estudiantes en el uso de esta plataforma como herramienta académica.

Facebook tiene un perfil poderosamente social, por lo cual es un medio muy útil para la colaboración entre estudiantes y docente. Además, permite que el estudiante se empodere de su espacio y tiempo para el reforzamiento del aprendizaje, dando la oportunidad para fortalecer otros rubros de la educación: la responsabilidad, el respeto y la tolerancia.

Actualmente los docentes se enfrentan a los estudiantes nativos digitales, los cuales tienen intereses y estilos de aprendizaje distintos a los de generaciones atrás. Facebook permite

la creación de redes de aprendizaje personal, las cuales son una herramienta invaluable para desarrollar un aprendizaje significativo, es decir que los estudiantes pueden aprender más de lo que se les enseña en las aulas, que ellos pueden extraer conocimientos por sí solos más allá de la intervención del docente.

V.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CANO, H. J.; *Ted.canohernandez*. Obtenido de Ted.canohernandez: <https://ted.canohernandez.com/2012/07/jean-cloutier-y-la-historia-de-la.html> (30 de julio de 2012)

CASTRO, L.; *¿Qué es una red social?*. <https://www.aboutespanol.com/que-es-una-red-social-158168> (14 de febrero de 2017)

COMUNICA-T.; *Comunica-T “El canal de conecta”*. Obtenido de Comunica-T "El canal de conecta": <http://t-comunica.blogspot.com/2013/11/modelo-de-lasswell-de-la-comunicacion.html> (26 de noviembre de 2013)

DE HARO J.J.; *Educativa blog sobre calidad e innovación en educación secundaria*. Barcelona, España, 2008. Consultado en octubre de 2017. Disponible en <http://jjdeharo.blogspot.com/2008/11/la-redes-sociales-en-educacin.html>

EMOTIONLAB; *Inbound emotion*. Obtenido de Inbound emotion: <https://www.inboundemotion.com/blog/tipos-de-redes-sociales-y-sus-caracter%C3%ADsticas> (04 de septiembre de 2018)

ESQUIVEL, G. I.; ROJAS, K. C.; “Uso de Facebook en ámbitos educativos universitarios: consideraciones y recomendaciones”, *Apertura. Revista de innovación educativa*, 2014.

FOGG PHILLIPS LINDA, D. B.; *Facebook para educadores*, Facebookforeducators, Estados Unidos, 2012.

GARCÍA A.; *Las redes sociales como herramientas para el aprendizaje colaborativo: una experiencia con Facebook*, Santiago de Chile, Chile, 2008. Consultado en diciembre de 2017. Disponible en <http://www.mendeley.com/research/2008las-redes-sociales-como-herramientas-para-el-aprendizaje-colaborativo-una-experiencia-con-facebook/#page-1>

GONZÁLEZ FERNÁNDEZ VILLAVICENCIO N.; *Bibliotecarios 2.0 experimentación y aprendizaje*, Sevilla, España, 2010. Consultado en octubre de 2017. Disponible en http://www.slideshare.net/nievesglez/facebook-y-twitter?src=related_normal&rel=401918

GRAHAM S.; *Objetivo negocio, emprender marketing y tecnología*, Lima, Perú, 2010. Consultado en octubre de 2017. Disponible en <http://blog.objetivonegocio.com/2010/06/educacion-social/>

HAMBURG, I.; HALL, T.; *Informal learning and the use of Web 2.0 within SME training strategies*, eLearning Papers, n° 11, 2018. <http://www.elearningeuropa.info/files/media/media17541.pdf>

IM, I. d.; *Internacional de Marketing Digital Business School*. Obtenido de Internacional de Marketing Digital Business School: <https://www.internacionaldemarketing.com/blog/las-redes-sociales-mas-usadas-mexico-caracteristicas/> (08 de Junio de 2018)

KEMP, S.; <https://datareportal.com>. Obtenido de <https://datareportal.com>: https://datareportal.com/?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2019&utm_content=DataReportal_Promo_Slide (17 de julio de 2019)

NAVARRETE, F. J.; *Inbound emotion*. Obtenido de Inbound emotion: <https://www.inboundemotion.com/blog/estad%C3%ADsticas-de-las-redes-sociales-m%C3%A1s-utilizadas-en-espa%C3%B1a> (28 de Junio de 2018)

N. CABULLEN, S. L.; bc.uns.edu.ar. Obtenido de bc.uns.edu.ar: http://bc.uns.edu.ar/wikis/victor/images/2/24/ENSAYO_CORREGIDO%2C_EN_FORMATO_FINAL.pdf (08 de septiembre de 2018)

PASQUALI, M.; <https://es.statista.com/>. Obtenido de <https://es.statista.com/>: <https://es.statista.com/estadisticas/1035031/mexico-porcentaje-de-usuarios-por-red-social/> (15 de octubre de 2019)

ROCHA SILVA, M. A.; *EduTEKA*. Obtenido de EduTEKA: <http://eduteka.icesi.edu.co/gp/upload/eeb04ae22b7c1427563b6b9e82557f9a.pdf> (09 de septiembre de 2018)

SANTAMARÍA, F.; 2008. "Posibilidades pedagógicas. Redes sociales y comunidades educativas", *Revista TELOS, cuadernos de comunicación e innovación*, n° 76, 2008.

TEOCUNSUM; *Teoría de la comunicación*. Obtenido de Teoría de la comunicación: http://teocomsu.net84.net/2_3.html (12 de septiembre de 2018)

VIÑAS, M.; *15 razones para empezar a usar facebook en el aula*. <https://www.totemguard.com/aulatotem/2011/08/15-razones-para-empezar-a-usar-facebook-en-el-aula/> (15 de agosto del 2011)

XIE, Y. M.; *Social Media, Marketing, SEO, Marca Personal*. Obtenido de Social Media, Marketing, SEO, Marca Personal: <https://yiminshum.com/el-mundo-digital-en-mexico-parte-2/> (23 de febrero de 2018)

