

# Metete a mi Facebook!!

## Publicar no es visibilizar. La visibilidad apoyada en TIC como estrategia pedagógica para la formación de competencias investigativas en publicidad.

(28 Septiembre 2012)

W. S. Valbuena, *Docente investigador Universidad Sergio Arboleda*

**Resumen**— Este documento presenta los resultados del estudio donde se considera una diferencia conceptual y pragmática significativa entre *la visibilidad y la publicación*, como un ejercicio de investigación formativa aplicada a la formación de publicistas en las asignaturas de investigación publicitaria de la Universidad Sergio Arboleda, sede Bogotá.

Con base en la reflexión realizada por Antonio Caro Almeida donde la publicidad se asume como fenómeno complejo y que en la academia actualmente se enfrenta el reto de formar publicistas con altas competencias investigativas que puedan abordar, comprender y reconstruir la compleja realidad publicitaria; en el mismo sentido Serbia propone un abordaje interpretativo cualitativo de esta complejidad. Teniendo presente lo anterior, es válido cuestionarse por nuevas formas de enseñanza de la investigación publicitaria. Desde aquí se hace preciso abordar críticamente el uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación (en adelante TIC) en la formación de publicistas con el fin de no dejar por fuera las posibilidades que nos brindan éstas tecnologías digitales, pero al mismo tiempo evitando edificar ilusoriamente un altar para las TIC en la formación de los futuros publicistas.

Es así que en este estudio se ha encontrado por medio de la combinación entre análisis de contenido y análisis de redes sociales, tanto benéficos como obstáculos que presenta el uso de artefactos tipo redes sociales de libre acceso (Facebook) para el desarrollo de competencias investigativas en estudiantes de publicidad, esto sobre la base hipotética de que la visibilidad pedagógica se diferencia de la mera publicación, básicamente por la frecuencia, potencia y calidad de la interacción entre el objeto hecho público y el observador.

**Palabras clave:** Investigación en publicidad, investigación formativa, redes sociales y educación, visibilidad pedagógica, análisis reticular del contenido.

### I. INTRODUCCIÓN

ESTE documento aborda la actual discusión sobre el uso pedagógico de la visibilidad, en particular la diferencia cualitativa entre el acto de hacer público algo y hacerlo verdaderamente visible. En estudios anteriores [2] [6] [10] se ha logrado corroborar que la visibilidad, en términos pedagógicos, tiene un valor sustancial en los procesos de aprendizaje de carácter colaborativo.

En tal sentido, el objetivo de este documento se centra en la discusión de las diferencias a nivel pedagógico entre lo público y lo visible, todo con el apoyo de artefactos digitales tipo redes sociales, en particular con el popularmente difundido Facebook. Para ello se hace uso de las prestaciones que ofrece la herramienta en cuanto a posibilidades de publicación, las cuales, cabe resaltar que para el estudio sirvieron tanto para adelantar una metodología de trabajo docente basada en la publicación intensiva, como de instrumento de registro y sistematización de la información a lo largo del estudio.

Por otro lado, como parte de la formación de publicistas y profesiones afines se ha instalado en algunos centros universitarios la preocupación por el desarrollo de competencias investigativas; para ello se han consolidado como parte de los currículos asignaturas tendientes hacia este tipo de formación. En la Universidad Sergio Arboleda se entiende que la publicidad en su actual estadio complejo [1] fortalece su quehacer nutriéndose de hallazgos derivados de la investigación para orientar los procesos creativos y estratégicos que la caracterizan.

---

Este trabajo ha sido apoyado por el departamento de Publicidad Internacional de la Universidad Sergio Arboleda a través del marco general para la investigación formativa.

W. S. Valbuena imparte docencia en investigación aplicada a la publicidad en el Departamento de Publicidad Internacional de la Universidad Sergio Arboleda, Bogotá (correos e.: [widman.valbuena@correo.usa.edu.co](mailto:widman.valbuena@correo.usa.edu.co))

Recogiendo lo anterior se desea ofrecer al lector una triangulación discursiva entre la visibilidad como estrategia pedagógica, la publicación como metodología experimental, el uso de TIC para tales propósitos y la formación en el desarrollo de competencias investigativas en publicistas, lo anterior para destilar que efectivamente publicar no es lo mismo que visibilizar.

## II. VISIBILIZAR NO ES PUBLICAR

Partiendo de entender la visibilidad como un fenómeno que si bien nace con la publicación, supera ésta para depurarse por medio de la interacción [2] se puede afirmar que existe una relación directa entre la cantidad y calidad de interacción con la visibilidad. Lo que se está diciendo, a modo de hipótesis, es que para hacer visible algo no basta con la mera publicación, no basta únicamente con exhibir sus atributos, ya que si bien este es el primer paso para la visibilidad, se debe superar la publicación trascendiendo hacia una relación potente entre el objeto/sujeto que se publica o se hace público y aquel que funge como observador. Para tener presente, en el caso del trabajo científico este fenómeno se presenta con mucha frecuencia y es denunciado como uno de los siete pecados de la investigación en [3]

Para el caso del trabajo académico en un aula de clase, se ha podido constatar que la producción académica del estudiante generalmente es invisible para sus pares, esto en términos de la baja interacción<sup>1</sup> que tienen los estudiantes con el trabajo de sus compañeros [2] [10] Lo que se presenta comúnmente en el aula de clases es que el producto académico es visto por el tutor y evaluado por éste únicamente; y en el mejor de los casos el autor del trabajo recibe una retroalimentación personalizada para cualificar su trabajo.[2]

### A. Materiales y método

Este estudio se enmarca dentro de la investigación formativa con un método cualitativo de alcance descriptivo y basa sus hallazgos a partir del análisis del contenido [8] y el análisis de redes sociales (ARS) en ambientes de aprendizaje del diseño [9]. esta combinación metodológica puede ser entendida como un *análisis reticular del contenido*.

Como hipótesis principal se considera que: la mera publicación del trabajo académico con medios digitales no incide significativamente en el desarrollo de competencias investigativas. Lo cual lleva a pensar que la visibilidad no es reductible a la publicación y por ende se sugiere potenciar la interacción para favorecer el desarrollo de competencias investigativas en los estudiantes de publicidad.

---

<sup>1</sup> La interacción entendida a nivel genérico como el establecimiento de relaciones entre sujetos, dichas relaciones pueden ser mediadas por artefactos digitales o no. Pero nivel específico, se entiende aquí la interacción como aquellas relaciones entre personas cuyo contenido favorecen la cualificación del producto académico ya sea a modo de replica, comentario complementario, observación objetiva, nueva idea, otra perspectiva entre otros.

### B. Población y unidad de análisis

El presente estudio inicia por establecer un escenario digital que propicia la publicación del trabajo académico (Facebook). Los estudiantes que hacen parte de la población de estudio cursaron 8° semestre de la asignatura Investigación Publicitaria Aplicada en la Universidad Sergio Arboleda.

La unidad de análisis corresponde a estudiantes que participaron en las clases y cuyas competencias investigativas se enmarcan en:

- Capacidad para la toma y análisis de datos en un estudio de caso publicitario.
- Capacidad para interpretar y/o correlacionar resultados de procesos de análisis.
- Capacidad para argumentar la toma de decisiones en una propuesta publicitaria.
- Capacidad para proponer y evaluar propuestas publicitarias desde el análisis e interpretación de datos.

### C. Procedimiento

En la primera fase, posterior a generar el espacio digital para la publicación del trabajo académico, se establecen tres momentos para la toma de datos. En un primer momento se insta a los estudiantes para hacer público sus trabajos y comentar las publicaciones de sus compañeros. Un segundo momento busca, como parte de la estrategia pedagógica, incorporar el concepto de evaluación formativa [4] en el proceso de publicación. En un tercer y último momento se declino intencionalmente la intensidad de la publicación de los trabajos académicos usando medios digitales.

Para la fase dos de la investigación se insta de nuevo a los estudiantes a publicar sus trabajos en la aplicación Facebook, así como a interactuar con sus compañeros y profesor a través de éste; pero también motivando la interacción fuera de clase con otros medios [9]. Todo lo anterior involucrando directamente a los estudiantes en la investigación por medio de la toma de datos en matrices de interacción como parte de las actividades de la clase investigación aplicada.

### D. Resultados, Primer momento, en cuanto a la publicación

Inicialmente se presentaron dos actitudes disímiles frente a la exigencia para la publicación e interacción por medio de comentarios.

La primera reacción, que además vale anotar se presentó en la mayoría de los estudiantes, tiene que ver con la aceptación de la estrategia sin muchos reparos.

La segunda por parte de algunos estudiantes la podemos denominar “reticencia a la estrategia” de visibilidad. Entre los motivos para esta reticencia se cuentan: la prohibición por parte de los padres para usar la herramienta de visibilidad

(Facebook), la negativa para hacer visible el trabajo, arguyendo intromisión a la intimidad, esto a pesar de haber presentado la estrategia pedagógica claramente dentro de los límites de seguridad que permite la aplicación, y finalmente se encuentran aquellos que ignoraron la estrategia y no hicieron uso de ésta en este primer momento.

La primera publicación de los estudiantes consintió en presentar una autoevaluación de las competencias que se esperaban desarrollar a lo largo del curso como la que se muestra en la figura 1. En este momento se encuentra que la mayoría de estudiantes consideran tener un buen desarrollo de estas competencias, pero en contraste cuando se pide la explicación sobre lo que considera es cada una de estas, no se expresa con claridad sobre los conceptos que él mismo está valorando.



Fig. 1. Autoevaluación estudiantil, Fase 1.

Por otro lado, el patrón de relaciones para la primera fase, muestra la intensidad de la relación “publicación del trabajo académico” donde se representa todas las publicaciones de estudiantes y docente entorno a los contenidos de clase. Es posible observar en la fig. 2 que es el docente quien más hace publicaciones, estas están referidas a materiales y herramientas para las clases y comentarios a los trabajos de los estudiantes. Por parte de los estudiantes lo que se representa es la cantidad de veces que hizo público su trabajo y los comentarios a otros compañeros, encontrando que existe una frecuencia similar en la publicación de todos, pero no así con los comentarios a sus pares, ya que solo en escasas ocasiones estos comentarios iban más allá de una felicitación simbólica utilizando el símbolo de “me gusta”

#### E. En cuanto a la interacción

La interacción haciendo uso de las posibilidades que ofrece la herramienta en cuanto a diferentes prestaciones para hacer comentarios de lo publicado y etiquetar estos objetos, se

encuentra que: en un primer momento el uso del “comentario” es abundante, más no así con el “tag” por parte de los estudiantes. Empero, los comentarios sobre el trabajo de los demás no trasciende la adulación formal, los comentarios se centran en “felicitarse” al autor, y en muy pocas ocasiones se encuentra un comentario que posibilite una discusión que sirva como insumo para cualificar el producto publicado.

Este tipo de comentarios es más frecuente en la mayoría de estudiantes, pero donde también se encuentran algunas discusiones alrededor de la calidad de lo publicado. Sin embargo esto no repercute en una cualificación del trabajo, es decir, no trasciende el comentario, ya que no se presenta suficiente evidencia de la transformación del producto académico a partir de un comentario de un par.

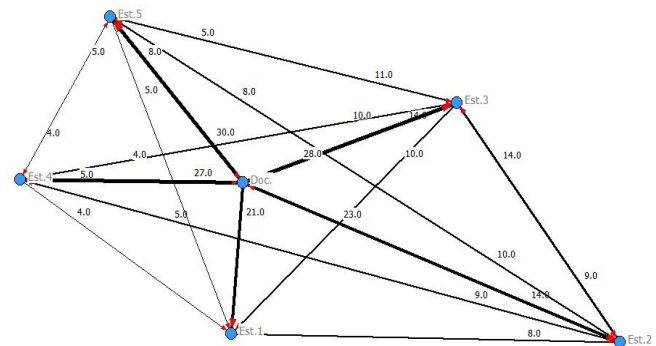


Fig. 2. Patrón de relaciones de la publicación, Fase 1.

El uso del “tag” en este momento es nulo por parte de los estudiantes, diferente a lo planteado por el docente quien hace uso de esta posibilidad para problematizar el trabajo de sus publicaciones. Frente a esta estrategia solo algunos estudiantes responden los cuestionamientos del docente.

#### F. Cualificación del producto académico

Como se anota líneas atrás, en un primer momento se encuentra baja frecuencia en la depuración del trabajo publicado desde los comentarios de los pares. Se encuentra algunos ejemplos de esta depuración, pero partiendo únicamente de los comentarios del docente y connotándolo como “corrección”.

Esta cualificación del trabajo académico obedece principalmente a la posibilidad de mejorar la calificación del trabajo, como así lo expresan algunos estudiantes cuando preguntan al docente si recibirán una “mejor nota” en caso de hacer alguna modificación a sus trabajos y publicarlos por medio de la herramienta de visibilidad.

#### G. Resultados, en un segundo momento, la evaluación dentro de la estrategia de visibilidad

Es importante reconocer la evaluación dentro del proceso formativo de los estudiantes. En el experimento se plantea el uso de evaluación formativa [4] como la directriz más

recomendada para este tipo de estrategia, la cual denominaré “evaluación formativa con apoyo de la visibilidad”

Esta estrategia se experimentó con el grupo de 8º semestre, teniendo como criterio su reducido número y relativa madurez para afrontar un proceso que integra la evaluación de sus trabajos, su autoevaluación y la de los compañeros de curso.

La estrategia consiste en pedir a los estudiantes que publiquen la evaluación que cada cual hace de su trabajo. Esta evaluación tiene dos componentes importantes: la representación numérica en una escala de 0 – 5, mejor conocida como nota, y una descripción argumentada de esta representación. La publicación se realiza por medio de la herramienta comentario en el grupo de Facebook y se plantea la posibilidad de comentar la evaluación de los compañeros.

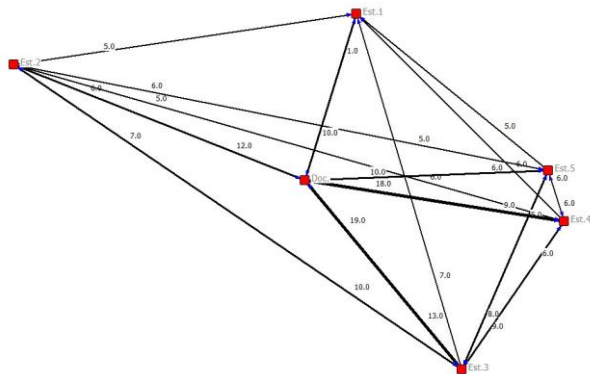


Fig. 3. Patrón de relaciones de la publicación con estrategia evaluativa

En el patrón de relaciones de la segunda fase no se observa diferencias significativas con la configuración en la primera fase del estudio, ver fig.2 y Fig. 3. Por otro lado, las diferencias más importantes se presentan en cuanto a la frecuencia de la relación y el aumento en participación de algunos actores respecto de la primera fase; en el primer aspecto lo que se observa es que la frecuencia de publicación en general es más baja por parte de la mayoría de participantes, y en cuanto al segundo aspecto se nota un aumento importante de publicación por parte de algunos estudiantes que en la primera fase permanecieron “opacos” en cuanto a la publicación de su trabajo.

Como parte de la estrategia el docente pública periódicamente las notas de los estudiantes en la herramienta de visibilidad (facebook) y se da un espacio en las clases para ajustar esas notas con la participación de todos los estudiantes como se observa en la fig. 4.

Investigación publicada	Semana 9 / Nota metodológica/ Diseño instrumentos		Semana 10/ Mapa/ Pilotaje Rediseño/ Taller actual.ii		Semana 11 / Taller Marco referencial/ instrumentos cualitativos		Semana 12		Semana 13		Semana 14		FALLAS	30%
	Martes	Jueves	Martes	Jueves	Martes	Jueves	Martes	Jueves	Sábado	domes	Martes	Jueves		
1	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5	4.5							0	5.65
2	4.5	4	4	4	4.5								0	4.00
3	4.5	4	4.5	4.5	4.8								2	4.52
4	4.5	4.5	4.8	4.8	4	4							0	2.88
5	4.5	4.5	4	4	4	4							6	2.66

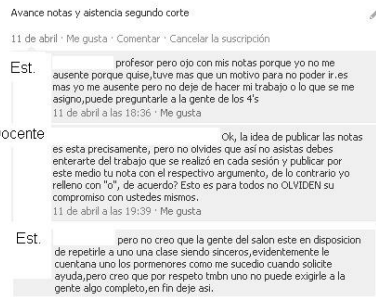


Fig. 4. “Profesor pero ojo con mi nota”

H. Resultados la estrategia evaluativa

Como resultado de la estrategia de evaluación se encontró inicialmente una buena aceptación por parte de los estudiantes y esto se puede ver en su constante participación publicando las diferentes evaluaciones. A diferencia de los comentarios en la primera etapa del proceso ahora se nota una preocupación por construir argumentos para soportar la representación numérica que ellos mismos asignan a su trabajo.



Fig. 5. “Yo creo merecer... por que...”

Empero aún se observa una tímida retroalimentación por parte de los estudiantes al trabajo de sus compañeros a pesar de tener la posibilidad de hacerlo; básicamente se observa algunas sugerencias de nota grupal la cual generalmente es apoyada por los demás estudiantes, pero sin un argumento que lo soporte o el apoyo al argumento de un compañero por la nota que considera debe merecer.

A pesar de lo anterior, en este periodo de trabajo los estudiantes declinaron en la argumentación y concluyeron que es mejor que el docente tome las decisiones en cuanto a la calificación de sus trabajos.

### I. Poco trabajo colaborativo, escaso refinamiento

No se evidencia un avance significativo en este periodo de trabajo lo cual se constata por ejemplo en pruebas escritas donde se pide a los estudiantes presentar los avances de su proceso de investigación y como resultado de esta prueba, se observa básicamente que los estudiantes no reconocen de forma integral los diferentes procesos que en conjunto han realizado durante todo el semestre.

Cada estudiante describe de forma aislada “su parte” del proceso pero no incluye coherentemente el trabajo de sus compañeros, se siguen presentando igualmente serias dificultades en el procesamiento de información y en la redacción de informes de manera formal, es decir, la publicación no evidencia un estado real del trabajo colaborativo desde el uso pedagógico de la visibilidad [2]

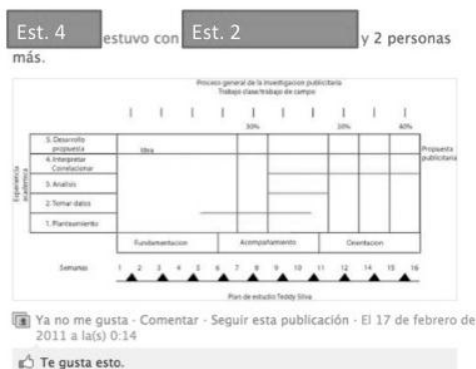


Fig. 6. El trabajo cooperativo no es colaborativo

### J. No más Facebook!

Para finalizar el proceso de levantamiento de información se desistió de la publicación del trabajo académico y se concentro en asesorar a los estudiantes de forma personalizada.

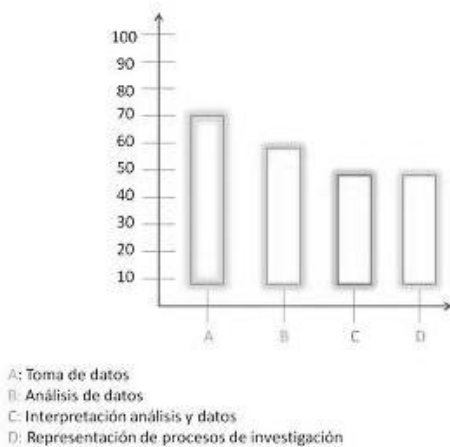


Fig. 7. Publicación de la autoevaluación estudiante, etapa final

En cuanto al desarrollo de competencias investigativas se pidió a los estudiantes que se autoevaluaran encontrando que la mayoría reconoce un avance en cuanto a lo que consideraron inicialmente, sin embargo, al comparar estas evaluaciones, ver fig. 1 y fig. 7, con sus productos finales no es posible constatar una cualificación importante en el desarrollo de las competencias investigativas de la unidad de análisis.

Básicamente se evidencian avances en las competencias, así:

- Capacidad para toma y análisis de datos en un estudio de caso publicitario.

La mayoría del grupo muestra un avance en la toma de datos y análisis de estos aunque de forma aislada. Por otro lado, se presentan problemas en el diseño de instrumentos y en la definición de categorías y/o variables para el análisis. Finalmente se evidencia un importante déficit en la diversificación de los tipos de análisis usados.

- Capacidad para interpretar y correlacionar resultados de procesos de análisis.

Es este el proceso que mayor dificultad presenta, ya que aún en los estudiantes se manifiesta la desarticulación de los hallazgos y la correlación con la teoría; no se expresan claramente procesos lógicos de inferencia.

- Capacidad para argumentar la toma de decisiones en una propuesta publicitaria.

Aunque se presenta un importante avance en la articulación de los resultados de investigación con las decisiones en una propuesta publicitaria, aún no se evidencia de manera fuerte la construcción y el uso de argumentos en estas propuestas.

- Capacidad para proponer y evaluar propuestas publicitarias desde el análisis e interpretación de datos.

Es importante resaltar que uno de los resultados positivos tiene que ver con la relación directa que encontraron los estudiantes entre los resultados de una investigación y el diseño de una propuesta publicitaria, empero al no usar argumentos derivados de la investigación lo que se observa es un bajo desarrollo de esta competencia a nivel argumentativo en contraste con el nivel propositivo.

### III. CONCLUSIONES

Como resultado principal se encuentra que el uso intensivo de la publicación no tiene un efecto positivo en el desarrollo de competencias investigativas en el nivel esperado, lo cual permite diferenciar la publicación de la visibilidad, entendiendo la primera como un componente de la segunda pero donde no es posible reducir, por lo menos en términos pedagógicos, lo segundo (visibilidad) a lo primero

(publicación). Coincidiendo esto con lo que se encuentra en [6] [10].

Lo anterior se puede constatar en la similitud que presenta del patrón de publicación tanto para la primera fase como para posterior, esto a pesar de que en ésta última se incorpora una estrategia de evaluación formativa [4]. La interacción académica entre estudiantes es tenue como se puede observar en las fig. 2 y fig. 3, lo que se puede establecer es que en términos de reconocimiento como componente de la visibilidad [2] no se alude por parte de los estudiantes a las cualidades del producto publicado, el feedback se limita a la aprobación por se u omisión de lo publicado.

De lo anterior se puede inferir igualmente que el desarrollo de competencias investigativas tiene mayor impacto con un tratamiento pedagógico de la visibilidad, que no solo se centre únicamente en la publicación intensiva sino que motive diferentes niveles y formas de interacción entre los actores y sus productos de clase [2] [6].

Es importante diversificar los medios y formas de interacción, así como adecuar la frecuencia de publicación a las posibilidades y competencias de los estudiantes. [2] [6]

La evaluación formativa requiere de la madurez intelectual del estudiante [4], por lo tanto no se recomienda su uso en cursos iniciales, sin decir con esto, que al experimentarlo en cursos de últimos semestre se pueda dar plena certeza de su funcionalidad, como en este caso donde los mismos estudiantes solicitan que sea únicamente el docente quien sea responsable de asignar la nota. Al respecto se considera prudente inducir gradualmente al estudiante en un campo de consciencia sobre su trabajo, de modo que supere la importancia de la nota y la remplace por la funcionalidad educativa de la evaluación de su trabajo y el de sus compañeros [4]. Para lo anterior es fundamental orientar al estudiante con indicadores claros de evaluación. El uso de la auto-evaluación por competencias al inicio del curso y su posterior contraste al final de éste puede ser una ruta válida para la implementación de esta metodología.

Como hipótesis emergente para posteriores estudios se considera que existe una correlación directa entre la calidad y la frecuencia de la interacción con el desarrollo de competencias investigativas.

Por otro lado, si bien este escrito no se ubica dentro de los estudios estrictamente del área de la publicidad, sus hallazgos puede invitar a reflexionar sobre el quehacer publicitario toda vez que es lo público es considerado elemento constituyente en los albores de la disciplina como sostiene Serbia en [7]. Dicha reflexión se instala en un desplazamiento de los resultados de la visibilidad pedagógica para formación de competencias investigativas hacia la dimensión social de la visibilidad en el ámbito de la publicidad, que invita a cuestionar hasta dónde la producción publicitaria es realmente visible en los términos que aquí se exponen, o por el contrario sigue habitando en el nivel de lo meramente público.

En términos del impacto que puede tener el desarrollo de competencias investigativas para el futuro quehacer de la publicidad se logra observar la relación directa que tiene el desarrollo de la creatividad con competencias y habilidades centradas en la búsqueda, análisis e interpretación de información; ya que el estudiante puede alimentar su material cultural desde el desarrollo de estas competencias, probablemente incidiendo en sus decisiones de diseño. Por otro lado, el desarrollo de estas competencias brinda al estudiante herramientas cognitivas para comprender el complejo escenario de la publicidad actual [1] [7] y por otro coadyuvando a la constante transformación de éste a partir de la construcción de los signos que transitan en los lenguajes y medios publicitarios.

Instar a los estudiantes al desarrollo de competencias investigativas por medio de un uso apropiado de la visibilidad puede a futuro: primero disminuir la insipiente literatura científica que caracteriza hoy día a la publicidad y segundo, después de superado esto, no caer en uno de los pecados capitales de la investigación [3] donde inocentemente se considere que la mera publicación hace realmente visible el trabajo del publicista.

Finalmente y en coincidencia con [2] [6] [9] [10] se considera que es el fortalecimiento de relaciones personales orientadas hacia la cualificación del producto académico en un escenario de trabajo colaborativo, donde las actuales Tecnologías de la Información Comunicación (TIC) pueden suministrar un importante aporte para el desarrollo de las competencias investigativas orientadas a la formación de los futuros publicistas y otras profesiones hermanas. Indudablemente las actuales prestaciones de Facebook hacen de éste un buen instrumento para la recolección de información lo que de ser explotado puede contribuir a la formación en investigación.

#### AGRADECIMIENTOS

El autor reconoce el apoyo de la Universidad Sergio Arboleda, en especial al departamento de Publicidad Internacional y en representación de éste a M. N. Enciso, igualmente los aportes a la discusión de J. C Hernandez, A Montoya, O. Vásquez (Estados Unidos) y M. O Largacha. Así mismo al grupo de investigación Paloseco de la Universitaria de Investigación y desarrollo (UDI), por la invitación y generación del escenario para visibilizar esta experiencia.

#### REFERENCIAS

##### *Periodicals:*

- [1] Caro. A., (2007). Fundamentos epistemológicos y metodológicos para un estudio científico de la publicidad. *Pensar la Publicidad*. 1(1), 55-82.
- [2] Hernández. J., & Valbuena. W., (2010). Visibilidad de los actores en una comunidad de aprendizaje, una mirada desde el análisis de redes sociales. *Revista de investigaciones UNAD*, v.9 fasc.2, p.15

- [3] Padrón G. J., (2004), Los 7 pecados capitales de la investigación universitaria tercermundista. Publicado en: Informe de Investigaciones Educativas, Caracas, Vol. XVIII. pp. 69-80.
- [4] Jané, M.,(2004), Evaluación y aprendizaje de la arquitectura, efectos de la autoevaluación, de la evaluación por pares y la evaluación por colaboración, en el aprendizaje del diseño arquitectónico. Informe final de tesis, Maestría en educación. Universidad de los Andes. CIFE, centro de investigación y formación en educación.
- [5] Restrepo, B., (2004). Formación Investigativa e investigación Formativa: Apepciones y Operacionalización de esta última. Recuperado de: [http://hermesoft.esap.edu.co/esap/hermesoft/portal/home\\_1/rec\\_arc\\_3529.pdf](http://hermesoft.esap.edu.co/esap/hermesoft/portal/home_1/rec_arc_3529.pdf)
- [6] Rivera, P., y W. Valbuena (2012). La Pedagogía del diseño invisible. Estado inicial de la visibilidad como estrategia pedagógica y el desarrollo de competencias investigativas y de diseño. Iconofacto. 8 (10), p. 50
- [7] Serbia, J., M., (2005) Investigación y Publicidad. Hologramática, Facultad de Ciencias Sociales- UNLZ, Número 2 V 1, pp 113.129.

#### *Books:*

- [8] Paramo, P. (2008). La investigación en Ciencias Sociales. Técnicas de recolección de datos. (2ª ed.) Bogotá D. C.: Universidad Piloto de Colombia

#### *Unpublished Papers Presented at Conferences:*

- [9] Valbuena. W., (2010). Urdimbre a la trama, Análisis de redes sociales como estrategia de evaluación formativa en ambientes de aprendizaje del diseño apoyados en NTIC. Memorias II seminario en Pedagogía del diseño, Universidad Nacional de Colombia. Bogotá 2010.
- [10] Hernández. J., Valbuena. W., Maldonado. L.F., Hoppe. H.U., (2011). Improvin Collaboration through Visibility of Students` Learning Products in a Digital Classroom Enviroment, en 9th International Conference on Computer-Supported Collaborative Learning -CSCL 2011. Hong Kong.

**Widman Said Valbuena.** Nació en Bogotá Colombia, el 13 de Septiembre de 1978, se graduó en la Universidad Pedagógica Nacional y adelanto estudios de posgrado a nivel de especialización y maestría en la facultad de artes de la Universidad Nacional de Colombia.

Ejerce como docente investigador en la **Universidad Sergio Arboleda**. Entre sus campos de interés se encuentran los estudios interculturales del diseño y la publicidad, así como estudios en antropología educativa y etnoeducación, y tecnologías de la información y la comunicación para la educación.

El licenciado Valbuena recibió el Premio Nacional de Educación por parte de la fundación Francisca Radke y la Universidad Pedagógica Nacional en 2003. Obtuvo tesis meritoria a nivel de pregrado de la misma Universidad en el mismo año. Hizo parte del grupo de investigación que ocupó el segundo puesto en el premio iberoamericano de informática educativa RIBIE en 2010. Pertenece al comité académico de la red Iberoamericana de Informática Educativa y es investigador asociado y miembro fundador de la International Corporation of Networks of Knowledge ICONK. Actualmente Par evaluador en el sistema de ciencia y tecnología de Colciencias en las áreas de tecnologías en la educación - Administración de Sistemas Educativos - Tic's y educación. Y miembro del comité de árbitros evaluadores de las revistas: Escenarios, de la Universidad Autónoma de Caribe, y la Revista Iberoamericana de Informática educativa RIBIE.