

Artículo original

Entre la Academia y el Ocio: Comunidades Educativas Online Desde la Perspectiva del  
Estudiante de Diseño Gráfico

Between Academy and Leisure: Online Educational Communities from the Perspective of the  
Graphic Design Student

Nuria Rey Somoza, Gabriela M. Cañola Tello y Joceline F. Martínez Mera

Pontificia Universidad Católica de Ecuador, Esmeraldas.

La correspondencia sobre este artículo debe ser dirigida a Nuria Rey Somoza.

Email: [nuria.rey@pucese.edu.ec](mailto:nuria.rey@pucese.edu.ec)

Fecha de recepción: 6 de octubre de 2017.

Fecha de aceptación: 23 de diciembre de 2017.

¿Cómo citar este artículo? (Normas APA): Rey Somoza, N., Cañola Tello, G. M., Martínez Mera, J. F. (2018). Entre la academia y el ocio: comunidades educativas online desde la perspectiva del estudiante de diseño gráfico. *Revista Científica Hallazgos21*, 3 (Suplemento Especial). Recuperado de <http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/>

Revista Científica Hallazgos21. ISSN 2528-7915. Periodicidad: cuatrimestral (marzo, julio, noviembre).

Director: José Suárez Lezcano. Teléfono: 2721459, extensión: 163.

Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Esmeraldas. Calle Espejo, Subida a Santa Cruz, Esmeraldas. CP 08 01 00 65. Email: [revista.hallazgos21@pucese.edu.ec](mailto:revista.hallazgos21@pucese.edu.ec). <http://revistas.pucese.edu.ec/hallazgos21/>

### Resumen

Al realizar una revisión de los estudios previos, se evidencia cómo las plataformas online utilizadas masivamente en el proceso de aprendizaje no tienen la aceptación de los estudiantes por tres causas. (1) Son percibidas como un espacio institucional y no de ocio; (2) las opciones de interacción que ofrecen no se ajustan a sus necesidades; y, (3) no son concebidas como espacios amigables e intuitivos. Estos aspectos se traducen en este estudio como tres variables cualitativas (niveles de ocio, de interacción y de usabilidad), que se miden bajo el objetivo general de determinar qué plataformas son las más aceptadas para un mejor entorno educativo, desde la perspectiva del estudiante. Este estudio está centrado en los y las estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador, Sede Esmeraldas. Los datos extraídos se representan de una manera cuantitativa, categorizando qué plataformas son mejor aceptadas, según los ítems de cada variable, determinando que, de manera general, Facebook y YouTube son las que más se ajustan a las necesidades de los estudiantes. Otras, como Edmodo o Moodle, reciben un nivel de aceptación bajo. Como conclusiones, se extrae que Facebook puede funcionar en la mayoría de sus aspectos como herramienta para el aprendizaje, mientras que Moodle carece de la aceptación para ello, a la vez que Edmodo se descarta como alternativa a Moodle.

**Palabras clave:** TIC; innovación pedagógica; tecnología educativa; aprendizaje en línea.

### Abstract

With the review of the previous studies, it is evident how the massively used online platforms in the learning process don't have

the students' acceptance for three reasons: (1) they are perceived as an institutional space, (2) the interaction options they offer don't fit their needs, and (3) they are not conceived as friendly and intuitive spaces. These aspects are translated in this study as three qualitative variables (levels of leisure, interaction and usability), which are measured under the general objective of determining which platforms are the most accepted for a better educational environment from the perspective of the student. This study is centered in the students of Graphic Design of the Pontificia Universidad Católica de Ecuador Sede Esmeraldas. The extracted data are represented in a quantitative way, categorizing which platforms are best accepted according to the items of each variable. Facebook and YouTube are the ones that best fit the needs of the students. While others, like Edmodo or Moodle, receive a low level of acceptance. As conclusions, it is extracted that Facebook can work in most aspects as a tool for learning, while Moodle lacks acceptance for it and Edmodo is discarded as an alternative to Moodle.

**Keywords:** ICT; educational innovation; educational technology; e-learning.

### Entre la Academia y el Ocio: Comunidades Educativas Online Desde la Perspectiva del Estudiante de Diseño Gráfico

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) hacia procesos interactivos en red, ha supuesto su implementación masiva en diferentes niveles del proceso educativo. Bajo la concepción de herramientas tecnológicas para el aprendizaje se han aglutinado distintos espacios y aplicaciones online. Todas ellas con la característica de ser instrumentos tecnológicos facilitadores,

pero sin diferenciarse estrictamente entre ellas, al valorar cuáles, y de qué manera, intervienen para favorecer el aprendizaje de los y las estudiantes. Numerosos autores, de acuerdo a las tendencias educativas actuales, han debatido sobre distintas perspectivas a favor de establecer esa diferencia, llegando a aparecer en los últimos años el término Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento, o TAC (Sancho, 2008; Moya, 2013). Esto, para separar los recursos digitales que pueden ser herramientas para la asimilación de aprendizajes de los que tienen una función enfocada a la gestión educativa.

Entre estas tecnologías que favorecen la gestión en el proceso educativo, se encuentran las plataformas online capaces de generar comunidades de enseñanza-aprendizaje. Ello permite, mediante varias herramientas, la interacción entre miembros de la acción pedagógica. Los espacios más conocidos son los denominados como Plataformas de Enseñanza Virtual o Teleformación, que trasladan el proceso didáctico desde el plano real al virtual. Marín, Ramírez y Sampedro (2011), sitúan estas comunidades en una concepción tradicional, dentro de los Sistemas de Administración de Aprendizaje. Estos se entienden como espacios de gestión académica, y no como espacios donde el aprendizaje ocurra. Según las reflexiones de Cabero (2009), debe existir una precaución al introducir las herramientas tecnológicas en educación, ya que no se puede presuponer que todas ellas cumplan los principios de calidad e innovación educativa, advirtiendo que existe el riesgo de perpetuar modelos caducos justificados por el uso de las TIC. Esto supone la experimentación e investigación desde la acción didáctica con varios soportes, según sus distintos niveles y características concretas, para contribuir a

la comunidad científico-educativa, en métodos eficaces e innovadores.

Los recursos digitales pueden ser de diferentes tipos, según su finalidad y según las herramientas que pone al servicio de los usuarios (Cabero, 2009). Serán plataformas *de comunicación* las que tengan como objetivo compartir información e ideas, ya sea a través de blogs, chats, podcasts, entre otros. Se consideran recursos *de colaboración* digital los que permiten trabajar en red con un objetivo común entre los participantes como. Por ejemplo, en comunidades como Wikipedia. Estos recursos serán espacios *de documentación* cuando se centren en presentar evidencias, como en el caso de los portafolios online o digitales. Los recursos *de creación* se fundamentan en un carácter híbrido, donde es posible producir, compartir y reapropiarse de contenidos. Los espacios *de interacción* tendrán, necesariamente como función, el intercambio de información y materiales. Debido a las características de la propia era web actual, así como a las necesidades de los usuarios, esta clasificación no puede concebirse como una categorización cerrada. Muchas plataformas cuentan con varias de las herramientas mencionadas, de modo que la propia plataforma tenga diferentes funciones en el entorno digital.

Un ejemplo clave de estas plataformas es Moodle, el espacio más utilizado por instituciones educativas de nivel superior a nivel global (Sánchez, 2009). Es utilizada por los estudiantes, principalmente para descargar contenidos y consultar información sobre las asignaturas que cursan. Este espacio, fundamentado en los principios didácticos del conectivismo (Siemens, 2010), contiene muchas más acciones posibles a partir de las herramientas que ofrece, con la intención de

romper con los roles tradicionales del aula, para situar a los integrantes del espacio web en una misma posición consumidora y productora de contenidos. Así, resulta posible concebirse como una red a partir de nodos de interacción. Las posibilidades de Moodle proporcionan sobre todo "tres grandes recursos: la gestión de contenidos, de la comunicación y de la evaluación" (Said, 2003, p.147).

Estudios recientes evidencian, a partir de distintas experiencias que, desde la perspectiva y posición del estudiante, Moodle no es la plataforma con mayor acogida. Según Marín y Maldonado (2011), los estudiantes conciben este espacio como una herramienta beneficiosa en el proceso didáctico, pero con un nivel de satisfacción bajo. Su uso se limita a las conversaciones a través del chat, y la entrega de tareas. Maldonado y Vega (2015) coinciden en que los recursos más utilizados por los estudiantes, para los procesos de evaluación, son los chats y foros, aunque a un nivel muy bajo o nulo. Concluyen que, aunque existe una actitud inicial positiva ante este tipo de plataformas, no hay un uso significativo de sus posibilidades. Gallardo, Marqués y Bullen (2015) aportan, en este sentido, que los estudiantes conciben este espacio como un canal estudiante-docente, destacando el marcado carácter académico de la plataforma, en contraposición a otras, como las redes sociales (en concreto, Facebook). Coinciden con esto Becerra y Martín (2015), cuando demuestran que los estudiantes son más cercanos a las plataformas con finalidades sociales, y no con las que asocian a la institución académica.

De estos estudios, se destacan algunos de los aspectos que pueden considerarse la causa de la poca aceptación de esta plataforma. En primer lugar, Moodle no se

contempla como espacio de ocio, o con tendencia a procesos ociosos. La clara distinción entre plataformas online para el ocio y aquellas que están dedicadas al proceso académico, aleja a los estudiantes de utilizarla con todo su potencial (Becerra y Martín, 2015). Como señala Cabero (2009), los y las estudiantes no conciben el ordenador y el teléfono móvil sólo como un medio tecnológico de comunicación, sino que le otorga un valor afectivo-significativo.

En segundo lugar, se destaca la necesidad de que estas plataformas tengan una apariencia e interfaz amable e intuitiva, de manera que el usuario no encuentre obstáculos en la navegación, y se concentre en los contenidos y procesos de comunicación (Cabero, 2009).

En último lugar, se valorará positivamente la capacidad de la plataforma para adaptarse a las actuales experiencias y expectativas de la interacción móvil, priorizando las bases del *m-learning* en el proceso educativo. Según Zapata-Ros (2012), las ventajas de este método están en la posibilidad de ser utilizados en cualquier momento, lugar y ámbito. Además, proporcionan interfaces intuitivas para el usuario, por lo que las posibilidades de interacción se multiplican. La plataforma Moodle cuenta con su aplicación para dispositivos móviles, pero no es un aspecto potenciado ni masivamente conocido.

Con estos tres aspectos mencionados (ocio y carácter social, usabilidad del espacio digital, y capacidad de interacción), se plantea el objetivo principal del presente estudio: determinar qué plataformas son las más aceptadas para un mejor entorno educativo, desde la perspectiva del estudiante, centrado en los y las estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador, Sede Esmeraldas.

Los objetivos específicos de este estudio se presentan a continuación:

- Establecer los niveles de aceptación de las plataformas de gestión de aprendizaje más utilizadas por los estudiantes (Moodle y Edmodo), según sus niveles de ocio, interacción social, y de usabilidad.
- Concretar los niveles de aceptación de las redes sociales más utilizadas por los estudiantes (Facebook, Twitter, YouTube, Instagram), según sus niveles de ocio, de interacción social, y de usabilidad.
- Destacar otras plataformas o espacios online para el aprendizaje, según la

perspectiva del estudiante, como potenciales comunidades efectivas para el proceso educativo.

### Método

Para el desarrollo de la investigación se parte de las variables cualitativas indicadas en el objetivo principal: (1) ocio y carácter social, (2) capacidad de interacción, y (3) usabilidad del espacio digital. El análisis y representación de datos se aborda desde un enfoque cuantitativo de investigación, lo que configura un planteamiento general mixto.

Para la recolección de datos se utilizó como instrumento la encuesta, con ítems

cerrados, y una escala de valor de tres puntos, donde el valor 1 indica "Nunca", el 2 indica "Habitualmente", y el 3 indica "Siempre". La encuesta, en este caso, recogerá datos subjetivos que, como señalan Hueso y Cascant (2012), se fundamentan en opiniones o motivaciones. Los estudiantes encuestados aportarán su percepción respecto de los indicadores extraídos de las variables mencionadas. Los ítems en los que se desglosa cada variable se han recogido de diferentes fuentes, a fin de adaptar varios indicadores o métricas a la presente investigación.

**Tabla 1**

Esquema metodológico de investigación

CAUSA DETECTADA	VARIABLE	ÍTEMS A VALORAR
Los estudiantes establecen diferencias entre las redes online de carácter social e institucional, alejándose de estas últimas	NIVELES DE OCIO	Dedicación de tiempo Posibilidades comunicativas Capacidad transmedia Capacidad informativa Relaciones personales Relaciones educativas Posibilidades lúdicas Contenido humorístico Participación en convocatorias y eventos
Los estudiantes priorizan las posibilidades de interacción entre pares y las opciones de socialización	NIVELES DE INTERACCIÓN	Participación en foros y grupos Compartir contenido Uso del chat Uso de opciones de favoritos
Los estudiantes prefieren espacios e interfaces intuitivas y atractivas para la navegación	NIVELES DE USABILIDAD	Aviso de errores de sistema Explicación de causas de error Uso de palabra e ideas de uso cotidiano Contempla acciones de deshacer, editar y eliminar Aplica normas convencionales a sistemas conocidos Acciones intuitivas Personalización de la interfaz Interfaz sencilla y efectiva Otorga información de manera intuitiva

Fuente: Elaboración propia.

En relación con (1) *los niveles de ocio* de una plataforma online, se han extraído ítems significativos de la información que recogen estudios como los de Aranda, Sánchez-Navarro y Taberner (2009), o Villena y Molina (2011), centrándose sobre todo en las investigaciones de Viñals (2013), donde se han determinado varias clasificaciones e indicadores para relacionar el ocio con las redes sociales. Para desarrollar los ítems de (2) *niveles de interacción*, a falta de documentos que expongan una métrica o una categorización para su medición, se han colocado cuatro ítems, referidos a las acciones más significativas para la interacción entre usuarios en redes sociales y plataformas digitales de comunicación, tales como el uso de foros y grupos, la acción de compartir contenidos, el uso del chat y el uso de las opciones de favoritos. La última variable, (3), referida a los niveles de usabilidad, se han determinado ítems para el instrumento, recuperados de los ya establecidos por Nielsen (2000), quien definió las pautas para el desarrollo de la evaluación heurísticas, para medir la usabilidad de los espacios web.

El proceso de tabulación de datos cuantitativos fue realizado de manera manual, categorizando cada ítem por colores, individualmente, para la organización de la información. Esta tabulación se traspasó con los datos ya concretados a Excel, a fin de extraer la representación gráfica de los mismos mediante tablas.

La población del estudio la conforman la totalidad de los estudiantes matriculados en la carrera de Diseño Gráfico de la Pontificia Universidad Católica de Ecuador Sede Esmeraldas, lo que supone 80 individuos encuestados. En este caso no aplica muestra, debido al reducido número de la población. La selección de los individuos ha

sido realizada, de acuerdo con las variables planteadas, por los siguientes motivos:

- Se trata de un grupo etario entre los 17 y los 30 años, familiarizados con el manejo de las plataformas online y redes sociales en su vida cotidiana, tanto desde la perspectiva del esparcimiento (ocio), cuanto de la institución (academia). Responden a la variable (1), centrada en los *niveles de ocio*.
- Es una población con inquietudes y/o conocimientos en cuanto a usabilidad y experiencia de usuario en entornos web, debido a su formación universitaria en diseño. Se corresponden con la variable (2), al percibir los *niveles de usabilidad web*.
- Son estudiantes que frecuentan la mayoría de espacios sociales online utilizados de manera masiva, por lo que exigen la máxima posibilidad de interacción con otros y con su propio espacio. Responden a la variable (3), referida a los *niveles de interacción* de una plataforma online.

### Resultados y discusión

Los estudiantes que conforman la población, según los niveles de ocio que proporcionan las plataformas online sobre las que se consultó, arrojan los siguientes datos.

- Indican pasar la mayoría de su tiempo en las plataformas Facebook (45 personas indicando "siempre" y 28 "habitualmente"), y YouTube (47 personas indican "siempre" y otras 28 "habitualmente"). En contraste, 69 indican que "nunca" pasan su tiempo en Edmodo, 57 en Twitter, y 41 en Moodle.
- Valorando las posibilidades comunicativas de las plataformas, 44 personas indican que siempre utilizan las que ofrece Facebook (más 25, que las usan "habitualmente"). Entretanto, afirman no utilizarlas en Edmodo (63), ni en Twitter (55), y Moodle (44).

- Respecto de la capacidad trasmedia que proporcionan, 53 personas indican que siempre la aprovechan desde Facebook, y 46 desde YouTube. Sin embargo, nunca la utilizan desde plataformas como Edmodo (63), Twitter (50) o Moodle (39).

- A la hora de aprovechar la capacidad informativa de estos espacios, los estudiantes señalan que usan YouTube (39 "siempre" y 30 "habitualmente"); mientras que no utilizan para informarse espacios como Edmodo (61), Twitter (54) o Moodle (49).

- Para desarrollar y establecer relaciones personales, destaca el uso de Facebook con 51 estudiantes que siempre lo utilizan, y 20 lo utilizan con frecuencia. Por otro lado, indican que nunca utilizan para este fin Edmodo (68 personas) ni Moodle (65).

- Para entablar relaciones educativas, 39 personas señalan que siempre lo hacen desde Facebook, y 30 con frecuencia. Indican que no utilizan para ese fin las siguientes plataformas: Twitter (62), Edmodo (61) e Instagram (40).

- Con relación a Moodle, 27 señalan que nunca la utilizan para relaciones educativas, y 29 que la utilizan con frecuencia.

- Con relación a las posibilidades lúdicas que ofrecen, el valor más alto de uso aparece en Facebook (27); por otro lado, no se indica uso de Edmodo (70), Moodle (70) ni Twitter (66).

- Por su contenido humorístico, las plataformas más utilizadas son Facebook (46 "siempre" y 25 "habitualmente") y

YouTube (34 "siempre" y 31 "habitualmente"), y nunca utilizan Edmodo (70), Moodle (70) ni Twitter (60) por este motivo.

- En relación con las posibilidades para la participación en convocatorias o eventos, Facebook predomina con 32 personas que

**Tabla 2**

Aceptación de los estudiantes según los niveles de ocio de las plataformas

Plataforma	Niveles de aceptación según sus herramientas
MOODLE	(-) Dedicación de tiempo (-) Posibilidades comunicativas (-) Capacidad transmedia (-) Capacidad informativa (-) Relaciones personales (-) Relaciones educativas (-) Posibilidades lúdicas (-) Contenido humorístico (-) Participación en convocatorias y eventos
EDMODO	(-) Dedicación de tiempo (-) Posibilidades comunicativas (-) Capacidad transmedia (-) Capacidad informativa (-) Relaciones personales (-) Relaciones educativas (-) Posibilidades lúdicas (-) Contenido humorístico (-) Participación en convocatorias y eventos
FACEBOOK	(+) Dedicación de tiempo (+) Posibilidades comunicativas (+) Capacidad transmedia (+) Relaciones personales (+) Relaciones educativas (+) Posibilidades lúdicas (+) Contenido humorístico (+) Participación en convocatorias y eventos
TWITTER	(-) Dedicación de tiempo (-) Posibilidades comunicativas (-) Capacidad transmedia (-) Capacidad informativa (-) Relaciones educativas (-) Posibilidades lúdicas (-) Contenido humorístico (-) Participación en convocatorias y eventos
YOUTUBE	(+) Dedicación de tiempo (+) Capacidad transmedia (+) Capacidad informativa (+) Contenido humorístico
INSTAGRAM	(-) Relaciones educativas

Fuente: Elaboración propia.

siempre lo utilizan, y 29 personas que lo hacen con frecuencia. Edmodo (68), Moodle (57) y Twitter (64) son plataformas que los estudiantes no utilizan con esta finalidad.

- En cuanto a la capacidad de participación en foros o grupos que ofrecen estas plataformas a los estudiantes, en primer lugar, se puede señalar que Facebook es la plataforma más utilizada para participar en foros y grupos (35 "siempre" y 34 "habitualmente"). No utilizan para este fin ni Edmodo (58), ni Twitter (58) ni Moodle (53).

- Para compartir contenido, los estudiantes también prefieren Facebook (48 "siempre" y 23 "habitualmente"), así como Instagram en menor nivel, con 34 personas que siempre lo utilizan para compartir.

- Facebook es la más utilizada por sus posibilidades de chat (57 personas la utilizan "siempre"), frente a las menos, que son

Moodle (67 personas "nunca" lo utilizan) y Edmodo (66).

- Para las opciones de favoritos (opciones de *like*), la plataforma más utilizada es Facebook (53 personas indican "siempre"). Destacan también en este sentido YouTube (31 "siempre" y 27 "habitualmente") e Instagram (36 "siempre"). Moodle (69) y Edmodo (66) no son utilizadas por los estudiantes por sus opciones de favoritos.

A continuación, se describen los datos referentes a los niveles de usabilidad de las plataformas.

- Se indica que Facebook (37 "siempre" y 34 "habitualmente") es la plataforma que más avisa cuando hay un error de sistema, seguida de YouTube. Las que menos son Edmodo (55) y Twitter (44).

- A la hora de explicar las causas de estos errores, los estudiantes indican que la plataforma que proporciona explicaciones al usuario es Facebook (34), así como YouTube (27 "siempre" y 38 "habitualmente") e Instagram (23 "siempre" y 28 "habitualmente"). Sin embargo, Edmodo (58), Twitter (48) y Moodle (46) son percibidas como plataformas que no explican las causas cuando se producen errores de sistema.

- Los espacios que se construyen con palabras o ideas de uso cotidiano son Facebook (43), YouTube (37 "siempre" y 29 "habitualmente") e Instagram (30 "siempre" y 29 "habitualmente"). Por otro lado, no utilizan palabras e ideas cotidianas Edmodo (56) ni Moodle (44 "nunca" y 27 "habitualmente").

- Facebook (50) y YouTube (38 "siempre" y 33 "habitualmente") son las plataformas más aceptadas con relación a sus herramientas para eliminar o editar

**Tabla 3**

Aceptación de los estudiantes según los niveles de interacción de las plataformas

Plataforma	Niveles de aceptación según sus herramientas
MOODLE	(-) Participación en foros y grupos (-) Compartir contenido (-) Uso del chat (-) Opciones de favoritos
EDMODO	(-) Participación en foros y grupos (-) Compartir contenido (-) Uso del chat (-) Opciones de favoritos
FACEBOOK	(+) Participación en foros y grupos (+) Compartir contenido (+) Uso del chat (+) Opciones de favoritos
TWITTER	(-) Participación en foros y grupos (-) Compartir contenido
YOUTUBE	(+) Opciones de favoritos
INSTAGRAM	(+) Compartir contenido (+) Opciones de favoritos

Fuente: elaboración propia.

contenido, mientras que Edmodo (48) es la peor aceptada.

- También Facebook y YouTube (69 y 64 respectivamente entre "siempre" y "habitualmente") son los espacios que más utilizan las normas convencionales según los sistemas conocidos, caso contrario las plataformas de Edmodo (51) y Moodle (38).

- Las acciones son concebidas como más intuitivas en YouTube (36 "siempre" y 31 "habitualmente") y Facebook (36 "siempre" y 28 "habitualmente"), y menos en Edmodo (55 "nunca") y Moodle (43).

- Las opciones de personalizar la interfaz son más aceptadas en YouTube (28 entre "siempre" y 38 "habitualmente") y Facebook (36 entre "siempre" y 26 "habitualmente"), mientras que son menos aceptadas en Edmodo (56) y Moodle (53).

- Con respecto a la sencillez y efectividad de la interfaz, destacan una vez más Facebook y YouTube (74 y 68 entre "siempre" y "habitualmente")

**Tabla 4**

Aceptación de los estudiantes según los niveles de usabilidad de las plataformas

Plataforma	Niveles de aceptación según sus herramientas
MOODLE	(-) Explicación de causas de error (-) Uso de palabras e ideas de uso cotidiano (-) Uso de palabras e ideas de uso cotidiano (-) Aplica normas convencionales a sistemas conocidos (-) Acciones intuitivas (-) Personalización de la interfaz (-) Interfaz sencilla y efectiva
EDMODO	(-) Aviso de error de sistema (-) Explicación de causas de error (-) Uso de palabras e ideas de uso cotidiano (-) Contempla acciones de deshacer, editar y eliminar (-) Aplica normas convencionales a sistemas conocidos (-) Acciones intuitivas (-) Personalización de la interfaz (-) Interfaz sencilla y efectiva
FACEBOOK	(+) Aviso de error de sistema (+) Explicación de causas de error (+) Uso de palabras e ideas de uso cotidiano (+) Contempla acciones de deshacer, editar y eliminar (+) Aplica normas convencionales a sistemas conocidos (+) Acciones intuitivas (+) Personalización de la interfaz (+) Interfaz sencilla y efectiva (+) Otorga información de manera intuitiva
TWITTER	(-) Aviso de error de sistema (-) Explicación de causas de error
YOUTUBE	(+) Aviso de error de sistema (+) Explicación de causas de error (+) Uso de palabras e ideas de uso cotidiano (+) Contempla acciones de deshacer, editar y eliminar (+) Aplica normas convencionales a sistemas conocidos (+) Acciones intuitivas (+) Personalización de interfaz (+) Interfaz sencilla y efectiva (+) Otorga información de manera intuitiva
INSTAGRAM	(+) Explicación de causas de error (+) Uso de palabras e ideas de uso cotidiano

Fuente: elaboración propia.

respectivamente), y como plataformas menos aceptadas en este sentido destacan Edmodo (51) y Moodle (46).

- Por último, las plataformas que proporcionan una información de manera más intuitiva son Facebook (70 entre "siempre" y "habitualmente") YouTube (63 entre "siempre" y "habitualmente").

Según estos resultados, se sitúa Facebook como la plataforma más aceptada según los parámetros de ocio, posibilidades de interacción y usabilidad. También YouTube aparece como una de las favoritas, desde los siguientes aspectos: dedicación de tiempo, capacidad transmedia, contenido humorístico y opciones de favoritos. Destaca igualmente en la mayoría de indicadores de aceptación en cuanto a niveles de usabilidad. La red social Instagram destaca de manera positiva para compartir contenido y usar las opciones de favoritos, así como por su lenguaje cotidiano y sus explicaciones al producirse un error. Sin embargo, tiene un nivel bajo de aceptación para establecer relaciones en el ámbito educativo. Con respecto a Twitter, se comprueba cómo, en general, es una plataforma poco aceptada por los estudiantes. Moodle también tiene un nivel bajo de aceptación desde la mayoría de los parámetros, siendo Edmodo la peor valorada por los estudiantes encuestados.

Este análisis comparte resultados con los estudios previos, comprobando que, desde la perspectiva de los estudiantes universitarios, las plataformas de Teleformación son identificadas únicamente como un medio para asuntos académicos, mas no como espacios en los que tengan cabida los asuntos personales. Este factor influye negativamente, como afirman Becerra y Martín (2015), y como se puede evidenciar en esta presentación de datos.

Las plataformas online para el proceso académico alejan a los estudiantes de utilizarla con todo su potencial si no integran elemento de socialización, interacción y ocio. Un ejemplo de ello son los datos que aparecen con respecto a Moodle, que es uno de los espacios más utilizados por instituciones universitarias, y que en este trabajo contempla que solo un 2,5% de los

estudiantes dedican parte de su tiempo al día a esta plataforma. Al ser Moodle una de estas plataformas contempladas como sitio para el trabajo académico, los educandos no encuentran cubiertas sus necesidades, y prefieren la navegación e interacción en redes sociales por sus cualidades placenteras e intuitivas.

Coincide, igualmente, esta investigación, con lo expuesto por Cabero (2009), cuando se manifiesta que Facebook, YouTube e Instagram son visitadas en mayor medida por la simplicidad y eficacia de sus interfaces. Moodle queda relegado a un segundo plano, a pesar de su variedad de opciones para la interacción entre usuarios. De acuerdo con el estudio de Gallardo, Marqués y Bullen (2015), se contempla cómo las plataformas consideradas o utilizadas como redes sociales, son las más atractivas para entablar relaciones personales y/o educativas. Otras, como Moodle, están marcadas por su orientación institucional y no son aprovechadas.

### Conclusiones

El grado de aceptación de los espacios digitales para el proceso de aprendizaje se convierte en un aspecto fundamental, si se consideran las principales corrientes pedagógicas actuales, en las que éste debe estar protagonizado por los intereses, capacidad y tiempos de los estudiantes. Las conclusiones a las que se llega a partir del análisis de resultados y la dimensión teórica que enmarca el tema, se presentan a continuación.

La red social Facebook se destaca como la plataforma con mayor grado de aceptación desde la perspectiva de los y las estudiantes. Todos los indicadores apuntan a que esta red social funciona como herramienta según sus niveles de ocio, interacción y usabilidad. Se trata de un espacio que ya viene siendo utilizado con

carácter educativo, desde grupos digitales de estudiantes o, a partir de *fanpages* de instituciones educativas, con el fin de informar al público.

En la línea del Proyecto Facebook (Piscitelli, Adaime y Binder, 2010), podría convertirse en una herramienta de aprendizaje potente, si se consideran las demandas y necesidades de los estudiantes, que priorizan el carácter social y ocioso de los espacios que navegan. La puesta en marcha de diferentes iniciativas didácticas a través de esta plataforma serán las que puedan concretar datos relevantes, a favor o en contra, de los procesos educativos que se desarrollen con ella.

YouTube aparece con alta valoración por parte de los educandos. Las características visuales de esta plataforma, así como sus posibilidades para los procesos autodidactas (con el formato videotutorial como máximo exponente), son aspectos significativos para considerarlo como un espacio con potencial educativo. Es, además, una comunidad de referencia para los procesos de educación a distancia.

La red social Instagram se rige igualmente por la importancia de la comunicación visual. Los estudiantes hacen uso de ella, sobre todo por sus opciones de favoritos, de compartir imágenes, y su lenguaje de comunicación cotidiano. Sin embargo, es una plataforma poco valorada a la hora de entablar relaciones educativas. En un primer momento, y según el análisis presentado, no sería la herramienta ideal para el proceso de aprendizaje.

Como herramientas poco aceptadas se encuentran Twitter, Edmodo y Moodle. De entre ellas, Edmodo y Moodle son las que específicamente tienen un fin educativo. Sin embargo, Moodle no destaca entre los estudiantes por ser un espacio donde desarrollar sus relaciones educativas, como no destacan sus procesos para el ocio. Edmodo aparece, en este sentido, como una alternativa clara a Moodle, para ser la plataforma protagonista de los procesos de aprendizaje online (García, 2013). En este estudio se comprueba que es el espacio peor aceptado por el grupo de educandos. No se contempla como una opción adecuada para ser incluida como espacio de aprendizaje en el proceso didáctico.

Los estudiantes, a lo largo de este proceso de investigación, se pronunciaron en varias ocasiones, señalando la necesidad de valorar la aplicación Whatsapp como potencial recurso educativo. Al no aparecer como una plataforma a valorar, algunos de sus comentarios fueron dirigidos hacia el hecho de que es una herramienta que utilizan con frecuencia para entablar tantas relaciones personales, cuanto educativas, gestionando grupos y resolviendo dudas referentes a su proceso académico. Coincide, en este sentido, con las tendencias que apuntan hacia *m-learning*, como una vía eficaz para el desarrollo de procesos de enseñanza-aprendizaje.

### Referencias

- Aranda, D., Sánchez-Navarro, J. y Tabernero, C. (2009). *Jóvenes y ocio digital. Informe sobre el uso de herramientas digitales por parte de adolescentes en España*. Barcelona: UOC.
- Becerra, M. T. y Martín, F. (2015). Visión de las plataformas virtuales de enseñanza y las redes sociales por los usuarios universitarios. Un estudio descriptivo. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 47; 223-230.
- Cabero, J. (2009). Educación 2.0. ¿Marca, moda o nueva visión de la educación? En Castaño, C. (coord.) *Web 2.0. El uso de la Web en la Sociedad del Conocimiento*. Caracas, Universidad Metropolitana.
- Gallardo, E., Marqués, L. y Bullen, M. (2015). El estudiante en la educación superior: usos académicos y sociales de la tecnología digital. *RUSC. Universities and Knowledge Society Journal*, 12 (1); 25-37. doi: <http://dx.doi.org/10.7238/rusc.v12i1.2078>
- García, M. P. (2013). *La plataforma Edmodo versus la plataforma Moodle* (Tesis de maestría). Universidad de Valladolid. Disponible en <https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/3415/1/TFM-G%20140.pdf>
- Hueso, A. y Cascant, M. J. (2012). *Metodología y técnicas cuantitativas de investigación. Cuadernos docentes en proceso de desarrollo, nº 1*. Universitat Politecnica de Valencia.
- Maldonado, G. A. y Vega, E. (2015). Actitud de los estudiantes universitarios ante la plataforma Moodle. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 47; 105-117.

- Marín, V. y Maldonado, G. A. (2011). El alumnado universitario cordobés y la plataforma virtual Moodle. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 38; 121-128.
- Marín, V., Ramírez, A. y Sampedro, B. (2011). Moodle y estudiantes universitarios. Dos nuevas realidades del EEES. *Profesorado. Revista de Currículum y Formación de Profesorado*, 15 (1); 109-120.
- Moya, M. (2013). De las TICs a las TACs: la importancia de crear contenidos educativos digitales. *Didáctica, Innovación y Multimedia DIM*, nº 27.
- Nielsen, J. (2000). *Usabilidad. Diseño de sitios web*. Londres: Pearson Education.
- Piscitelli, A., Adaime, I. y Binder, I. (2010). *El Proyecto Facebook y la posuniversidad. Sistemas operativos sociales y entornos abiertos de aprendizaje*. Madrid: Ariel.
- Said, E. (2003). *Cooperación, comunidad y sociedad. Escenarios europeos y latinoamericanos*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- Sánchez, J. (2009). Plataformas de enseñanza virtual para entornos educativos. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, 34; 217-233.
- Sancho, J. M. (2008). De TIC a TAC, el difícil tránsito de una vocal. *Investigación en la Escuela*, núm.64, 19-30.
- Siemens, G. (2010). *Conociendo el conocimiento*. Ediciones Nodos Ele. Recuperado de [http://www.nodosele.com/conociendoelconocimiento/?page\\_id=2](http://www.nodosele.com/conociendoelconocimiento/?page_id=2)
- Villena, J. L. y Molina, E. (2011) ¿Por qué amo las redes sociales? Vida social de jóvenes en red. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 25 (2), 159-173.

Viñals, A. (2013). Las redes sociales virtuales como espacios de ocio. *Fonseca, Journal of Communication*, nº6, 150-176.

Zapata-Ros, M. (2012). Calidad en entornos ubicuos de aprendizaje. *RED. Revista de Educación a Distancia*, año. XI (31). Disponible en <http://www.um.es/ead/red/31/>