

Identificación y generación de buenas prácticas para la alfabetización digital en plataformas de e-learning que albergan comunidades virtuales de aprendizaje.

Lina Marcela Peñaloza Quimbay

Maestría en Generación y Gestión de Contenidos Digitales

Facultad Ciencias Sociales

Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano

Tesis de grado

Moisés Limia Fernández

Agosto 2021

Tabla de contenido

Introducción	5
2. Pregunta de investigación	8
3. Objetivo general	9
4. Objetivos específicos	9
5. Justificación	9
Marco teórico	10
6.1. Transformación digital	11
6.2. Web 2.0	14
6.3. Ecosistema digital	18
6.4. Convergencia cultural y prosumidor	19
6.5. Cultura participativa	22
6.6. Inteligencia colectiva	24
6.7. Comunidad virtual	26
6.8. Comunidad virtual de aprendizaje	28
6.9. Alfabetización digital	30
6.10. Descripción de las plataformas de e-learning seleccionadas	32
7. Metodología	39
7.1. Encuesta a usuarios	40
7.2. Entrevista semiestructurada a expertos	41
7.3. Análisis de contenido cursos	42
8. Análisis de resultados	43
8.1. Encuesta a usuarios	43
8.2. Entrevista a expertos	58
8.3. Análisis de contenido	64
9. Estrategia	75
10. Lecciones aprendidas	76

11. Conclusiones	78
12. Anexos	80
13. Bibliografía	85

1. Introducción

La irrupción de las tecnologías de la información y el establecimiento de la virtualidad como extensión de la vida física han planteado el surgimiento de nuevos desafíos y retos en cuanto al uso y consumo de información y contenidos digitales. Uno de estos desafíos es la alfabetización digital, pues saber utilizar las tecnologías de la información y hacerlo de forma crítica y responsable es fundamental para que los usuarios puedan desenvolverse correctamente en la esfera virtual. Saber publicar en redes sociales, utilizar las plataformas digitales para crear negocio y acceder a información para educarse, son solo algunas de las capacidades que hoy en día los usuarios deben dominar para poder ser parte activa del mundo digital. El acceso a internet implica educarse y estar en constante adaptación de las nuevas formas de hacer y comunicarse. Como resultado, la enseñanza y aprendizaje de conceptos y competencias digitales toma especial relevancia ya que se convierten en herramientas para poder enfrentar y participar en la virtualidad.

Debemos partir del hecho de que Internet se ha convertido en un democratizador de la información al facilitar el acceso a esta y permitiendo que los usuarios puedan compartirla y utilizarla sin intermediarios. Esto significa que más allá de buscar y encontrar información, los usuarios deben ser capaces de consumirla de forma crítica y determinar su valor, así como su veracidad y la función que le darán a dichos datos. En este sentido, se hace necesaria la enseñanza y aprendizaje de competencias digitales que capaciten en torno al uso de las tecnologías de la información de manera que la utilización sea eficiente. Recordemos que cuando se habla de alfabetizar en el mundo físico, el concepto se refiere a enseñar a leer y escribir; dos habilidades imprescindibles para ser parte de la sociedad moderna. Ahora bien, la alfabetización digital consiste en proporcionar herramientas y estrategias que promuevan el acceso, la generación, el análisis, la evaluación y la comprensión de las infotecnologías de forma crítica. Competencias básicas y esenciales para que los usuarios puedan ser parte activa y consciente de la sociedad digital.

El desarrollo de estas competencias adquiere aún mayor importancia gracias a la pandemia por covid-19. Debido al distanciamiento social obligatorio para evitar y reducir el contagio del virus, muchas de las actividades que normalmente se llevaban a cabo de forma presencial, han tenido que realizarse en el marco de la

virtualidad. Esto ha producido, por un lado, que aquellos sectores que no habían incursionado en internet hayan tenido que hacerlo de forma apresurada para adaptarse ante las nuevas formas de socializar y mantener sus negocios a flote. Por otro lado, aquellos sectores que ya se encontraban en la virtualidad, han tenido que entender y acoplarse al funcionamiento de la red y el comportamiento de sus audiencias en épocas de pandemia e hiperconexión. Adicionalmente, ciudadanos del común, como trabajadores y estudiantes, han tenido que adquirir conocimientos y habilidades digitales para poder continuar con sus labores.

Sin embargo, tener presencia digital, conocer superficialmente el funcionamiento de las plataformas digitales más populares o entrar a clase virtual, no garantizan que los usuarios estén realmente capacitados para desempeñarse cabalmente en internet. De hecho, la situación actual ha puesto en evidencia que existe una fractura significativa entre aquellos alfabetizados digitalmente y aquellos analfabetos digitales. El uso de internet, debido a la contingencia sanitaria, ha abierto aún más la brecha digital y ha puesto el reflector sobre la falta de educación digital para utilizar la tecnología y comprender cómo hacerlo eficientemente. Además de la falta de competencias digitales para producir y consumir en internet, surgen otras problemáticas que ahondan la brecha digital como la falta de conectividad y acceso a internet.

La alfabetización digital se convierte entonces en una tarea vital para que niños, adultos y empresas adquieran las competencias y habilidades necesarias para participar eficientemente del mundo virtual. Es precisamente por esta razón que es fundamental analizar cómo se están alfabetizando digitalmente hoy en día los usuarios de internet para determinar las buenas prácticas y crear estrategias que faciliten este proceso. Este trabajo pretende crear una estrategia de alfabetización digital con base en las buenas prácticas que se identifiquen en las comunidades virtuales de aprendizaje de educación no formal en plataformas de e-learning que pueda ser replicada en otras comunidades virtuales de aprendizaje (CVA). A saber, estas comunidades son:

1. Coursera
2. EDX
3. Hotmart
4. Moodle
5. Wikiversidad

Se seleccionaron estas plataformas ya que albergan a comunidades virtuales de aprendizaje cuyo objetivo es ofrecer información, cursos, talleres, diplomados, entre otros, que permitan la capacitación, y con ello la alfabetización digital, de sus usuarios. En la siguiente tabla se evidencian los criterios de selección (que serán detallados más adelante en el marco teórico):

Tabla 1

Concepto teórico	Criterio de selección
Pilar economía colaborativa: democratización	Espacio digital que democratiza el acceso a información para capacitar en cuanto a la generación y gestión de contenido digital.
Pilar economía colaborativa + características de las comunidades virtuales : plataformas digitales	Plataforma digital que facilita la transacción entre oferentes y usuarios en el marco de la economía colaborativa.
Pilar economía colaborativa: interacción social	Espacio digital que propicia el intercambio entre pares y la interacción (masiva e individualizada)
Características de las comunidades virtuales: objetivo común	Los miembros comparten un objetivo común que permite la constitución de la comunidad.
Características de las comunidades virtuales: recursos compartidos	Los miembros tienen acceso a recursos compartidos y políticas que establecen las normas de uso de los recursos.
Características de las comunidades virtuales: reciprocidad	Los miembros pueden ofrecer retroalimentación, información y soporte a los demás participantes.
Características de las comunidades virtuales: información generada por usuarios	Los miembros tienen la posibilidad de crear y gestionar información de autoría propia.
Características de las comunidades	El contenido que alberga la plataforma es

virtuales: orientación hacia la pedagogía innovadora	disruptivo e integra las nuevas formas de creación a nivel digital.
Características de las comunidades virtuales: prioridad sobre las personas y sus habilidades	La plataforma prioriza a sus usuarios y el desarrollo de capacidades, competencias y habilidades.
Características de las comunidades virtuales: sistematización, evaluación y difusión de la experiencia	La plataforma sistematiza la información, permite la evaluación de la misma y facilita la difusión de experiencias.
Características de las comunidades virtuales: procesos y resultados de calidad	La plataforma promueve procesos educativos y resultados de alta calidad que garanticen el correcto desarrollo de capacidades, competencias y habilidades.
Alfabetización digital: uso y adaptabilidad	Los cursos que ofrece la plataforma fomentan que los usuarios se alfabeticen informacionalmente y adquieran habilidades para los negocios, la educación y la vida cotidiana.
Alfabetización digital: ¿Qué quieren aprender los estudiantes?	Los usuarios pueden escoger qué aprender. La oferta de cursos es variada y amplia.

En el apartado de la metodología, se especificará el segmento poblacional seleccionado para el estudio.

Ahora bien, para consolidar esta estrategia de alfabetización digital es necesario comprender, en primer lugar, que la audiencia ya no se comporta como lo hacía anteriormente. Gracias a la Web 2.0, los espectadores actualmente también son productores y gestores de contenidos. No solo los consumen, sino que se encargan de crearlo y difundirlo a través de las distintas plataformas que alberga internet. En este sentido, es esencial entender la transformación digital, la Web 2.0, la convergencia digital y el rol del prosumidor. Estos cuatro conceptos son clave para brindar el suficiente contexto teórico sobre la modificación de los modelos de comunicación y el agrupamiento de usuarios.

En segundo lugar, bajo esa misma línea contextual, es importante comprender en qué consiste la cultura participativa y la inteligencia colectiva. Estos dos conceptos son fundamentales para entender la conformación de las comunidades virtuales y, más específicamente, las comunidades virtuales educativas (CVA). Este recorrido teórico sentará las bases para abordar la alfabetización digital y su relación con las CVA. Una vez haya concluido. El marco teórico se realizó con el propósito de entender cómo funcionan las comunidades virtuales y de qué manera estas son espacios que promueven la alfabetización digital y así se convierten en agentes educativos en la sociedad.

2. Pregunta de investigación

¿Cómo impulsar la alfabetización digital a través de las comunidades virtuales educativas, en términos de generación y gestión de contenidos producidos por y para los miembros de las mismas?

3. Objetivo general

Proponer una estrategia de alfabetización digital basada en la generación y gestión de contenido digital en comunidades virtuales educativas en plataformas de e-learning.

4. Objetivos específicos

- Identificar las prácticas de gestión de información y creación de contenido de las comunidades educativas virtuales a estudiar.
- Evaluar las buenas prácticas colaborativas, en relación a la alfabetización digital, que utilizan las comunidades educativas seleccionadas.
- Contrastar las prácticas actuales de las comunidades analizadas.

5. Justificación

La realización de esta tesis de maestría es necesaria para comprender la alfabetización digital en plataformas de e-learning, cuyo objetivo es precisamente educar y capacitar a los usuarios. Al identificar las buenas prácticas que se producen en estas plataformas se puede fortalecer la estrategia de alfabetización y replicarlas en otros ambientes digitales de aprendizaje. El alcance global que tienen estas compañías y el impacto que tienen en la generación, gestión y difusión de

información son ejes fundamentales para la comprensión del funcionamiento de la educación virtual.

La pandemia por covid-19 ha demostrado que internet todavía enfrenta dos grandes desafíos en relación al uso de él mismo. Por un lado, la falta de conexión y acceso a este servicio amplía la brecha digital en términos del saber en sí y del ejercicio de la ciudadanía digital en el corto y el largo plazo. De acuerdo con cifras de SOMOS Community Care y Latino Decisions, el 40 % de los hogares latinoamericanos no cuenta con conexión a internet. Esto se traduce en una barrera que obstaculiza el acceso a la información y al mundo digital, que ha cobrado aún más importancia debido a la contingencia actual. Además del limitado acceso a información y conocimiento, la desconexión también produce exclusión social de la vida digital. Aquellas personas que carecen de internet no participan de la vida social, económica, artística, educativa, política, etc., que tiene lugar en el mundo digital. Todo esto implica una desventaja social frente a las personas que sí cuentan con conexión a internet.

Por otro lado, el otro desafío, que es el que se abordará a lo largo de este texto, es la carencia de prácticas para la alfabetización digital. Tener acceso a internet y saber publicar en redes sociales no es suficiente para decir que una persona es alfabetizada digitalmente. Se requiere capacitación para que los usuarios puedan críticamente generar, consumir, compartir, encontrar, etc., información y contenido en la web. Lamentablemente, a pesar de esfuerzos de organizaciones como la ONU, no hay protocolos claros para el aprendizaje del funcionamiento en internet. Es con el uso, la prueba y el error que las personas van comprendiendo qué se puede hacer y cuál es su rol dentro del mundo digital. Es por esa razón que es fundamental identificar y establecer las buenas prácticas de generación y gestión de contenido dentro de plataformas de e-learning, de forma que se puedan extrapolar y convertirse en referentes transversales para distintas áreas en la virtualidad.

Este trabajo permitirá esbozar una primera aproximación a una estrategia de alfabetización digital con base en los hallazgos de una investigación que comprende un exhaustivo marco teórico, un análisis de contenido, encuestas a 100 usuarios y entrevistas a expertas en la materia. De este modo, se podrá tener una mejor comprensión de cómo este tipo de plataformas de educación no formal contribuyen en la alfabetización de los usuarios, además de fortalecer áreas de conocimiento de su interés personal. La identificación de estas prácticas también permitirá conocer

aquellos procesos educativos digitales que promueven el aprendizaje autónomo y colaborativo; aspectos y elementos que podrían ser tenidos en cuenta en los contextos virtuales de enseñanza y aprendizaje de educación formal. No es un secreto que la pandemia desató múltiples retos para llevar las aulas físicas con clases magistrales a la digitalidad. El éxito del e-learning a través de cursos, talleres, diplomados, etc., puede convertirse en piedra angular y ejemplo para ambientes donde los estudiantes y profesores batallan para obtener resultados similares a los que se consiguen por medio de la educación física y tradicional.

En este sentido, la importancia de este trabajo de maestría radica en la generación inicial de una estrategia que podría impactar a diferentes sectores y mejorar la educación digital. Adicionalmente, esto podría repercutir en la creación y establecimiento de protocolos responsables en cuanto al uso de internet. Recordemos que al ser una extensión de la vida física, el mundo digital también debe pensarse como un espacio social en el que se requiere habilidades y capacidades para desempeñarse de forma óptima y consciente.

6. Marco teórico

La virtualidad ha transformado transversalmente un sinnúmero de escenarios sociales. Desde la forma en la que nos comunicamos hasta nuestro modo de trabajar. Esta transformación ha revolucionado también la manera en que nos informamos y consumimos datos de nuestro interés. “En este contexto, se presentan nuevas prácticas sociales y culturales que, con el uso intensivo de las tecnologías, configuran una nueva estructura social” (Muller. 2019, p. 24). Para quienes nos desempeñamos en el mundo de las comunicaciones, especialmente en el de los medios, es evidente la transformación que se ha producido en las últimas décadas respecto al rol de las audiencias y cómo éstas consumen contenido. Se trata entonces de una reconfiguración de la relación entre productores y usuarios de contenido que ha dado paso al establecimiento de agrupaciones, roles, uso de herramientas y conformación de un contexto digital en constante evolución (Soep, 2012).

Este trabajo de investigación pretende estudiar el funcionamiento de las comunidades virtuales educativas para establecer las buenas prácticas que conllevan a la alfabetización digital de sus miembros y usuarios. Para ello, se realizará un recorrido teórico por diez apartados, de forma que se provea el contexto

dentro del cual se fundamenta este análisis. En primer lugar se abordará la transformación digital entendida como la evolución de las interacciones mediadas por la tecnología (Molano, 2019). Posteriormente, este concepto se relacionará con la Web 2.0, comprendida como el espacio social que dio paso a un mundo virtual interactivo y participativo (Fumero & Roca, 2007). En tercer lugar se definirá qué es ecosistema digital y cómo este establece las pautas y prácticas de autoorganización, escalabilidad y sostenibilidad a nivel virtual.

Para seguir con el recorrido teórico, se proseguirá con la definición de convergencia cultural y prosumidor. Se analizarán ambos conceptos en un mismo apartado pues la convergencia cultural es un proceso de co-construcción social y subjetivo del ser en la digitalidad que ha propiciado el tránsito del receptor de contenido a prosumidor. Luego, teniendo en cuenta el carácter participativo y comunitario que fomenta la convergencia cultural, se abordará la cultura participativa. Más tarde, se definirá la inteligencia colectiva entendida como protagonista en la generación de contenido, socializadora de recursos y control de producción (Ribes, 2007). Tras haber estudiado estas siete concepciones, se proseguirá con la definición de comunidad digital y comunidad virtual educativa. Para ambos casos se explicará en qué consisten, cómo funcionan y qué roles se pueden encontrar. Finalmente, se definirá la alfabetización digital y su importancia.

6.1. Transformación digital

Según López García (2005), “la nueva era digital es el triunfo de la tecnología, motor capital de la nueva industria y de la economía, así como un factor determinante entre la cultura y la industria. Ahora, casi todo sucede online, a una velocidad vertiginosa y con carácter global” (p. 168). Esta situación se ha acrecentado debido a la pandemia por covid-19; la vida social, laboral, comercial, económica, educativa, etc., se tuvo que desplazar al entorno digital para darle continuidad a las diferentes prácticas que tradicionalmente se habían desarrollado de forma presencial en el mundo físico. Sin embargo, si bien el quehacer digital ha sido novedoso para muchos, debido al confinamiento, la transformación digital no es un factor nuevo.

Por el contrario, desde la invención de internet, el mundo y sus relaciones han ido cambiando progresivamente. Gracias a la irrupción de la Web 2.0, el cambio se acrecentó en mayor medida y con el tiempo se han hecho evidentes las

profundas transformaciones en los modelos económicos que impactan también las formas de producción y gestión de contenido. Para comprender esas modificaciones debemos empezar por entender en qué consiste la transformación digital, pues a pesar de ser un concepto y una expresión ampliamente utilizada, esta no se trata simplemente de digitalizar procesos.

De acuerdo con Molano (2018), la transformación digital nace con la cuarta revolución industrial, definida como “el proceso de cambio global que marca las transformaciones sociales, económicas, políticas y culturales que se asocian con el proceso de digitalización” (p. 14). Así como en el siglo XVII la máquina de vapor transformó radicalmente las sociedades, hoy en día, la convergencia de las tecnologías digitales, físicas y biológicas están modificando el mundo a aceleradas velocidades (Perasso, 2016). Esto lo podemos evidenciar en la forma en que nos relacionamos entre nosotros, la manera en que trabajamos, hacemos negocios, estudiamos, etc. Debido a la incorporación y apropiación de las tecnologías e infraestructuras digitales, los usuarios y las audiencias perciben de forma distinta el modelo transaccional entre empresas y consumidores. De hecho, la automatización y creación de sistemas ciberfísicos ha posicionado al usuario como el rey de las interacciones digitales. Lo anterior ha dado paso a un empoderamiento social que se traduce en la redefinición del comportamiento de los usuarios, surgimiento de nuevos modelos multidireccionales de comunicación, posicionamiento de nuevas formas de hacer negocios y vivir en línea como el *e-commerce* y el *e-learning*.

En este sentido, la cuarta revolución es el globo que envuelve las sociedades actuales y que transversalmente permea los ámbitos de la vida personal, profesional y laboral, promoviendo la transformación digital. Además, como es de suponerse, la cuarta revolución también engloba todas aquellas interacciones tanto en el mundo virtual (hipermediadas por la tecnología) como en el mundo físico. Ahora bien, gracias a la permeación digital en la mayoría de ámbitos de vida sociales, las interacciones y, por tanto, los modelos de negocio, también se han modificado. Hablamos entonces de que la transformación digital son las nuevas oportunidades de negocio que surgen gracias a las tecnologías. Las dinámicas organizacionales y económicas se reconstruyen para responder a las demandas actuales del mercado. Molano (2018) resalta que “más allá de los aspectos técnicos y operativos, es la estrategia y la visión que se tenga de digital para la organización, lo que permitirá evolucionar sus negocios, haciéndolos sostenibles, rentables y tan flexibles como lo demandan los mercados actuales” (p. 8).

En consecuencia, las industrias se transforman cuando se adaptan a los nuevos patrones de consumo, ofrecen valor a los usuarios y destacan por encima de sus competidores. Con base en esta nueva economía digital y forma de relacionarse, se han implementado nuevos modelos de negocio como aquellos donde la base son las comunidades virtuales en las que prima el trabajo y la inteligencia colectiva. A esto se le conoce como ‘*sharing economy*’ o economía colaborativa, en donde el usuario abandona su rol pasivo como simple receptor y se convierte en parte activa de la generación y consumo de bienes y servicios; le interesa el bienestar comunitario y espera encontrar beneficios para la comunidad; además, desempeña un rol específico ya sea como prestador de servicio, usuario del mismo o intermediario que facilite las transacciones dentro de la comunidad (Gil, 2018). En el caso de la industria mediática y la educativa, por ejemplo, la transformación digital se trata de ir “más allá de la retransmisión de contenidos en plataformas sociales (como hace la gran mayoría de productores de contenidos en la actualidad) y asumiendo el verdadero reto de comprender y capitalizar lo digital” (p. 24).

El desafío de capitalizar lo digital consiste en, por un lado, entender los pilares de la economía colaborativa y sacar el máximo provecho de estos y, por otro lado, comprender que el mundo virtual debe ser abordado desde una perspectiva estratégica en la que se reconozca el rol activo y participativo de los usuarios. En el primer caso, los cuatro pilares de la economía colaborativa son:

Tabla 2

Pilar	En qué consiste
Plataformas digitales	Las plataformas digitales facilitan las transacciones entre oferentes y usuarios en el marco de la economía colaborativa. Gracias a las características de democratización, descentralización y el factor catalizador de Internet, éste resulta ser el escenario ideal para proponer los intercambios que suponen los nuevos modelos económicos.

Transacciones que reducen costos	Los usuarios buscan mitigar costos a través del modelo “lo mío es tuyo”. Según Llorente y Cuenca (2016) “bajo este modelo el acceso a bienes, productos y servicios se enmarca en un proceso en el que la gente puede mitigar los costos asociados a la propiedad. Hoy, los consumidores han comenzado a interesarse en alquilar y compartir bienes que van desde casas hasta paneles solares o automóviles; porque en este modelo: ‘lo mío es lo tuyo’”.
Mayor interacción social	El intercambio entre pares es la piedra angular de la economía colaborativa y por ende de la transformación digital. Por esto es necesaria la existencia de escenarios que propicien la interacción, tanto masiva como personalizada, para que se pueda ejercer la economía colaborativa.
Democratización	Internet ha democratizado el acceso a la información así como la producción y gestión de contenido. Es por esto que la transformación digital propende por promover este valor y desmontar la inequidad y la ineficiencia.

Tomado y adaptado de: Molano, A. (2018). *Modelos de negocio para la economía digital*. EMagazine Colombia.

Para el caso específico de esta investigación, la transformación digital será entendida como el proceso de cambio que permite el establecimiento de comunidades virtuales educativas y fomenta la economía colaborativa. Este proceso da paso a modelos de intercambio transaccional, que pueden ser de tipo económico o en especie, en donde los usuarios y miembros de las comunidades reciben beneficios individuales, trabajan por el bienestar comunitario y se comunican sobre una base tecnológica. Cabe aclarar que a la hora de evaluar a las comunidades seleccionadas, se tendrán en cuenta los cuatros pilares descritos en la Tabla 1.

Como se ha podido evidenciar, la transformación digital ha propiciado la modificación de la relación entre productores y consumidores de contenido y la forma en que funcionan los medios de comunicación. Al respecto, se podría asegurar que “los medios no evolucionan por una selección natural sino por una selección humana. El medio que mejor evoluciona es aquel que se ajusta más a las diversas necesidades del hombre” (Gutiérrez, 2018, p. 239). Identificar aquellos aspectos clave en la producción y consumo de contenido será esencial para la transición de los medios tradicionales y el surgimiento de nuevas plataformas, dinámicas y roles.

Se puede entonces decir que la transformación digital modificó el paradigma en que se genera y presenta la información, la manera en que las audiencias eligen y consumen contenido y la relación entre los productores y su público. Comprender este cambio y poder plasmar estas transformaciones se hace fundamental para poder crear estrategias que beneficien a productores y consumidores a la hora de crear espacios que sean funcionales para ambas partes.

6.2. Web 2.0

Al igual que con la transformación digital, mucho se escucha hablar sobre la Web 2.0 pero no siempre existe claridad sobre qué es. Este concepto es entendido como el “espacio social, con cabida para todos los agentes sociales, capaz de dar soporte a y formar parte de una verdadera sociedad de la información, la comunicación y/o el conocimiento” (Fumero & Roca, 2007, p. 10). Esto significa que la Web 2.0 es una red “innovadora para introducir la inteligencia necesaria en la Red, y que no es otra que involucrar directamente al usuario” (Fumero & Roca, 2007, p. 24).

A diferencia de la Web 1.0, en la actualidad, los usuarios de internet tienen la posibilidad de crear, distribuir y gestionar contenido propio sin necesidad de intermediarios. La diferencia entre ambas Webs es que “mientras en la web 1.0 la mayoría de sites estaban impulsados por organizaciones (empresas, instituciones, organismos públicos...), en la Web de Nueva Generación el impulso de las iniciativas se halla mucho más distribuido. Las organizaciones impersonales ya no tienen preferencia en el diseño y ejecución de ideas y proyectos en la Red, y el nuevo motor de actividad en la web son las personas a título individual (Fumero & Roca,

2007, p. 68). En este sentido, la Web 2.0 no solo ofrece la oportunidad de buscar y leer información, si no que existe la posibilidad de crear, seleccionar y distribuir contenido a través de plataformas colaborativas y por medio de prácticas altamente interactivas. Las audiencias son el centro de esta nueva versión.

Este cambio significativo en la forma de consumo y los roles tanto de las audiencias como de los generadores de contenido ha revolucionado drásticamente la gestión y acceso a la información. El acceso a información -casi- infinita ha llevado a que los usuarios consuman contenido de formas diferentes a las tradicionales, planteando nuevas narrativas, procesos de producción y de agrupación de usuarios en la esfera virtual. A esto se le podría denominar una nueva forma de socializar a nivel digital (López, 2008), en la que la audiencia abandona su usual rol pasivo y se transforma en “públicos activos, participativos, creativos y empoderados [que] convergen en un sinfín de provenientes tanto de los grande media como de los propios públicos” (Belsunces, 2011, p. 2).

Los usuarios se han tomado el internet como espacio de producción y desarrollo de habilidades digitales para generar distintos tipos de contenido a los que tiene acceso cualquier otro usuario. A este fenómeno se le conoce como CGU (contenido generado por usuarios). De acuerdo con de Vicente (2005), “la más profunda de las transformaciones de la web 2.0 reside en la reinención de la manera en que la información circula por la red, democratizando y poniendo a disposición de todos los usuarios la capacidad de programar el comportamiento de diferentes flujos de datos que interactúan entre sí” (p. 98).

Entonces, como se ha afirmado previamente, la transición que supuso la Web, de su versión 1.0 a la 2.0, generó un cambio en el usuario como mero lector / receptor del mensaje y en las audiencias como agrupaciones de estos. Hoy por hoy los usuarios tienen la opción de ser productores, generadores y consumidores de contenido simultáneamente. Esto ha resultado en una metamorfosis de los procesos de comunicación, pues ya no son canales unidireccionales y de hecho se ha superado la barrera de la comunicación bidireccional. Hablamos entonces de que en la actualidad la comunicación, a nivel digital, es multidireccional y gracias a esto se crean y fomentan nuevas formas de consumo y difusión de contenido. Al respecto, Cobo (2007) asegura que “los recursos en línea de la Web 2.0, además de ser herramientas que optimizan la gestión de la información, se convierten en

instrumentos que favorecen la conformación de redes de innovación y generación de conocimientos basadas en la reciprocidad y la cooperación (p. 103)”.

En otras palabras, como explican Ruíz & Alcalá:

El afianzamiento de una nueva cultura digital que traslada el acto comunicacional hacia otros territorios y la consecuencia lógica de la creación de nuevas plataformas online de consumo e interacción cultural, han instaurado un nuevo orden que viene a complementar al anterior. Nos referimos al modelo de la read & write culture (o cultura de lectura y escritura)” (2015, p. 108).

Como cualquier cambio, la transformación digital de las audiencias y la gestión de contenido ha provocado nuevos desafíos para múltiples sectores. La industria cultural en sí ha tenido que hacer frente a las nuevas formas de hacer las cosas en digital. Un claro ejemplo de los impactos de la Web 2.0 se pueden evidenciar en los medios de comunicación, especialmente en aquellos tradicionales como los periódicos, la radio y la televisión que han tratado de adaptarse al mundo digital. No es un secreto que esta revolución digital ha puesto en jaque su forma de operación y autoridad dentro de la sociedad. De acuerdo con López García (2005), “estamos ante un cambio social en el que prolifera un nuevo consumidor que ha pasado de ser un mero receptor de información a participar activamente en los contenidos creándolos, consumiéndolos o distribuyéndolos” (p. 166). Esto significa que “las dinámicas comunicativas del siglo XXI se basan cada vez más en el planteamiento de proyectos colaborativos generados en las redes y los medios sociales” (Fernández. 2013, p. 56).

“Los medios de comunicación compiten cada vez de forma más intensa por la atención de las personas” (Levinson, 2004, p. 12). Esto se debe a la amplia oferta y la transformación de las dinámicas de producción y consumo. Al respecto, Nicholas Negroponte (1995) denomina este fenómeno como *la era de la postinformación*. De acuerdo con Negroponte, “en la era de la postinformación a veces la audiencia es solo una persona. Todo se hace por encargo y la información se personaliza al máximo. Se asume que la individualización es la extrapolación de la transmisión selectiva: se pasa de un grupo grande a uno pequeño, después a otro más pequeño y al final al individuo” (Negroponte, 1995, p. 100).

“Frente al papel tradicional de la audiencia como sujeto pasivo, como receptor del mensaje representado en el esquema clásico de la comunicación, los medios digitales han permitido que el receptor ocupe con frecuencia el lugar del emisor –capaz de emitir contenidos y compartirlos– sin dejar de desempeñar su lugar como consumidor de medios. Esta situación es la que dio lugar al concepto de «prosumidor» que ocupa un lugar destacado en este monográfico” (Galera, 2014, p. 10).

López García (2005) argumenta que existe “un público que evoluciona desde la consideración tradicional de la audiencia (circunscrita, generalmente, a la recepción pasiva de los contenidos predeterminados por el medio de difusión) a la de usuario activo de los medios digitales (con capacidad para interactuar con la información y con los medios que consume de muy diversas formas, así como para establecer redes de intercambio de información con otros usuarios e incluso para constituirse en emisor de la información)” (p. 11). Esta evolución es evidente en las plataformas que utilizamos a diario y la forma en que nosotros mismos buscamos, consumimos y producimos información. Como usuarios de internet, no nos limitamos a un rol pasivo de simple receptor de datos.

Lo anterior significa que el rol de la audiencia se ha desdibujado y esta ya no ocupa únicamente la categoría de receptor del mensaje. La audiencia participa transversalmente en la creación, producción y consumo de contenido informativo y de entretenimiento. Podría decirse que tiene un rol dual, como veremos más adelante, a este accionar se le conoce como prosumidor. “De una actitud pasiva con un mínimo nivel de interacción con los medios, y por supuesto con los contenidos transmitidos por éstos, [el prosumidor] ha pasado a ser una pieza clave para la toma de decisiones en el ámbito empresarial y su política de marketing publicitario. Finalmente la audiencia es la que decide, y lo hace a base de clics, marcando un itinerario de gustos e intereses, de necesidades, vinculaciones y desvinculaciones y hasta de sus aspiraciones futuras” (Sánchez y Contreras, 2012, p. 72).

Ahora bien, ¿qué pasa en el mundo educativo respecto a la Web 2.0? En este punto es importante aclarar que nos centraremos en el análisis de comunidades virtuales educativas que promueven la formación informal. Es decir, la educación a través de cursos, talleres, diplomados, etc., que se dictan de forma digital. Para dar respuesta a la pregunta debemos partir del hecho de que el cambio en el comportamiento de los usuarios y las audiencias no solo se presenta en los medios

de comunicación, si bien estos todavía desempeñan su rol tradicional en la educación de las audiencias. Como veíamos en el apartado anterior, la transformación digital es transversal a la vida social. Por lo que el actuar de los estudiantes en el mundo digital también se ha modificado y responde a la vida mediada por tecnologías y las nuevas formas de interacción (interactividad, creación de contenidos, etc.).

La Web 2.0 permitió que los estudiantes tuvieran acceso a un mundo interactivo y colaborativo donde no solo pueden encontrar información sino que también pueden ser autores y gestores de contenidos de su interés. Katz (2015) explica que “la digitalización de contenidos y el arribo de los servicios clásicos de internet eliminaron las distancias físicas entre usuarios y facilitaron la reproducción de contenidos, permitiendo la circulación de datos y documentos en tiempo real y la realización de transacciones financieras sin interrupciones horarias” (p. 3). Romani (2007) asegura que:

El principal valor que ofrecen las aplicaciones Web 2.0 es la simplificación de la lectura y escritura en línea de los estudiantes. Esto se traduce en dos acciones sustantivas del proceso de aprendizaje: generar contenidos y compartirlos. Podría plantearse que este “Aprendizaje 2.0” se apoya en dos principios básicos de la actual Web: contenidos generados por el usuario y arquitectura de la participación (p. 102).

La educación digital supone un cuestionamiento a las metodologías tradicionales donde el profesor es el encargado de transmitir conocimientos y los estudiantes los reciben de forma pasiva. La Web 2.0 plantea las posibilidades de que los estudiantes adquieran un rol más activo y reflexivo para evaluar lo que están aprendiendo y establecer los caminos que quieren recorrer. Amador (2015), especialista en el aprendizaje en la era de la convergencia cultural, afirma que “la interactividad entre profesor y estudiantes, entonces, debe transitar del monolingüismo (propio de la instrucción de la escuela moderna) al plurilingüismo y al diálogo de saberes” (p. 22). Además, el proceso de enseñanza y aprendizaje se vuelve una tarea colectiva y se abandonan las normativas tradicionales del individualismo escolar. “Estas herramientas [de la Web 2.0] estimulan la experimentación, reflexión y la generación de conocimientos individuales y colectivos, favoreciendo la conformación de un ciberespacio de interactividad que contribuye a crear un entorno de aprendizaje colaborativo” (Amador, 2007, p.101).

La resignificación de los roles en el mundo educativo a nivel digital plantean nuevos retos tanto para los profesores como para los estudiantes. En el caso de los primeros, la Universidad EAFIT explica que el profesor “se convierte en diseñador de experiencias de aprendizaje que guía y monitorea las actividades, orienta el logro de los objetivos de aprendizaje, fomenta el uso de recursos educativos, de tecnologías digitales y motiva a sus estudiantes a que también resignifiquen su rol como participantes activos y comprometidos con su propio aprendizaje” (s.f). En cuanto a los segundos, la responsabilidad de su formación no depende de una autoridad educativa sino que da paso a prácticas colaborativas y autónomas. Romaní (2007) resalta que “el desafío está en que los docentes aprovechen esta oportunidad para crear un entorno de aprendizaje apoyado en la Web 2.0 y orientado a la generación de experiencias de aprendizaje, a la reflexión y el análisis, así como a la cooperación entre los estudiantes” (p. 113).

6.3. Ecosistema digital

De acuerdo con Katz (2015), el ecosistema digital “define un nuevo contexto industrial y de impacto económico y social resultante de la adopción masiva de tecnologías digitales de información y comunicación”. Esto significa que tras la cuarta revolución, la Web 2.0 y la transformación digital surge un nuevo espectro económico e industrial que resulta de la integración de las tecnologías digitales a los contextos de la información y la comunicación. Con el tiempo, esa integración se volvió transversal a la economía en general y terminó por permear un sinnúmero de sectores económicos que han incorporado las tecnologías como parte de sus modelos de negocio y ofertas de valor para el usuario final. Para entender el ecosistema digital, Katz (2015) explica que se deben analizar tres dimensiones: “nuevos modos de producción de información y contenidos, diferentes comportamientos sociales relativo al uso y consumo de bienes, y un impacto económico y social más importante que el de las tecnologías de la información y comunicación consideradas de manera aislada” (p. 5).

La primera dimensión se refiere a la posibilidad de generar contenido por parte de los usuarios. Hace dos décadas, eran las industrias las encargadas de producir ese contenido; hoy en día, sin embargo, internet y las plataformas que allí se han desarrollado, permiten que cualquiera pueda hacer contenido y que sus pares puedan interactuar con él. Este contenido puede ser comunicativo,

informativo, educativo, etc. La segunda dimensión se refiere al cambio en el comportamiento del usuario que hemos abordado en los apartados anteriores. La transformación de la relación entre productores y consumidores, entendida como cadena de valor, ha hecho que “a partir de 2005 el consumidor digital [sea] el gran contribuidor al contenido de la web y de los datos que alimentan la inteligencia de aplicaciones y plataformas, siendo él mismo uno de los participantes propulsores de la materia prima para la innovación en software, servicios y aplicaciones” (Katz, 2015, p. 14). Finalmente, la última dimensión se relaciona con el impacto que la digitalización ha tenido en la sociedad. Por ejemplo, esta práctica puede ser vista como una herramienta de inclusión social que reduce la desigualdad gracias al acceso democratizador que ha promovido el empoderamiento de los usuarios.

Entonces, el ecosistema digital debe ser entendido como “el conjunto de prestaciones y requerimientos de diversa naturaleza que se proveen desde y a través de las redes de telecomunicaciones, el conjunto de infraestructuras y prestaciones asociadas que habilitan la prestación de dichos servicios, así como la interacción entre los prestadores de servicios de distinta naturaleza que constituyen la cadena de valor extendida de servicios de Internet”. Dentro de ese ecosistema, es fundamental “el qué se dice, qué contenidos contamos, tanto como la forma en la que se presenta o cómo contamos las informaciones, las historias y no se trata de difundir los mismos contenidos a través de distintas plataformas sino de seleccionar los canales más adecuados para conseguir un valor adicional en la comunicación” (Peñafiel, 2016, p. 178). Aquí es importante también señalar que “a la hora de definir un framework para ecosistemas tecnológicos es necesario contemplar la integración, interoperabilidad y evolución de sus componentes, así como una correcta definición de la arquitectura que lo soporta” (Katz, 2016, p. 7).

Ahora bien, en cuanto al ecosistema digital educativo, García-Peñalvo (2016) resalta que “la influencia que tienen las tecnologías en el quehacer diario de todas las personas como individuos provoca una transferencia, consciente o no, hacia su contexto profesional y/o educativo” (p. 3). En otras palabras, la industria educativa no está exenta a la inclusión de tecnologías y/o al ecosistema digital pues los miembros de esa industria hacen uso diario de dispositivos y plataformas digitales que terminan por impactar su quehacer en el sector educativo. En ese sentido, el autor asegura que “las tecnologías educativas, con sus ventajas y problemas, trascienden desde el contexto meramente académico y se integran en cualquier tipo de institución para convertirse en herramientas de gestión del conocimiento digital y

del capital humano de la misma” (p. 4). Esto supone una ruptura entre las metodologías tradicionales de aprendizaje y las nuevas prácticas en todos los niveles educativos: formal, no formal e informal.

Teniendo en cuenta que el foco de esta investigación está sobre la educación informal en comunidades virtuales de aprendizaje, se debe abordar el concepto *Personal Learning Environment* (PLE), que en español traduce entorno personal de aprendizaje. Partiendo de una perspectiva no institucional, sino desde una iniciativa personal para enseñar o aprender en Internet, el PLE es el contexto en el que se reúnen herramientas de aprendizaje digitales y servicios educativos. García-Peñalvo (2016) dice que el PLE facilita el aprendizaje “al permitir que el usuario utilice aquellas herramientas que considere oportunas para aprender (normalmente con las que están familiarizados), sin estar vinculadas a un entorno institucional concreto o a un período de tiempo específico” (p. 5). Es decir, en ese entorno es el estudiante el directo responsable de su proceso de aprendizaje ya que se entiende como un consumidor de servicios educativos que es capaz de gestionar, elegir y utilizar las herramientas que el ecosistema le ofrece. Este estudiante, como en un ecosistema natural, coexiste con otros “organismos” de su comunidad ya que están interrelacionados.

Este ecosistema, más que ser de carácter educativo, se fundamenta en la gestión del conocimiento ya que implica el ciclo de aprendizaje en términos de diseño curricular, evaluación de actividades y diseño de la estrategia de gestión en sí. Adicionalmente, dentro del ecosistema se debe tener en cuenta el análisis de datos con el fin de personalizar el contenido y conectar correctamente los diferentes elementos que componen ese entorno digital. Al respecto, Katz (2015) resalta que “la conectividad, sustentada en redes de telecomunicaciones fijas e inalámbricas, constituye la infraestructura del ecosistema digital. Desde luego los contenidos, servicios y aplicaciones son lo que proveen al usuario final la oferta de valor que motiva la demanda”. Más adelante veremos cuál es el ecosistema en el que se insertan las comunidades a evaluar.

6.4. Convergencia cultural y prosumidor

La metamorfosis de los usuarios y audiencias tiene como consecuencia el cambio de las industrias que proveen servicios y bienes consumidos por los primeros. Desde una perspectiva económica, como la que se tomó para el apartado

de la Transformación Digital y el Ecosistema digital, se trata de una transformación en la cadena de valor. Katz (2015) explica que estamos ante la convergencia de las cadenas de valor de varias industrias que tradicionalmente habían estado separadas. Por ejemplo, en el caso del montaje de una plataforma virtual de aprendizaje, ya no solo participan los educadores si no que se involucran desarrolladores, mercadólogos, entre otros.

No obstante, más que una transformación voluntaria, el mundo empresarial, incluyendo las instituciones educativas, ha tenido que ajustarse a esta nueva realidad en la que su papel también se ha desdibujado. Esto ha conllevado a la creación de modelos de negocio sostenibles con base en las dinámicas digitales de los usuarios y las audiencias. Uno de los ejemplos más evidentes es el de los medios en sus distintas expresiones. Estos han pasado de ser autoridades incuestionables a ser una más de las voces que se puede consultar y cuyo testimonio está sujeto a la evaluación del usuario. La relación entre generadores de contenido y meros consumidores es prácticamente una cosa del pasado. Hoy en día, la retroalimentación de la audiencia y la interacción del usuario son clave para la supervivencia de cualquier medio. Es por esto que el proceso de producción de contenido ha sido tan revolucionario.

“La convergencia cultural ha impuesto profundas transformaciones en las empresas mediáticas, las cuales, para poder subsistir, se han visto en la necesidad de reconsiderar el consumo cultural de los medios. En la convergencia cultural, los destinatarios asumen el papel de «prosumidores activos». La palabra «prosumidor» –en inglés, «prosumer»–, es un acrónimo que procede de la fusión de dos palabras: «producer» (productor) y «consumer» (consumidor)” (Islas, 2009, p. 27).

Nuevamente, como se ha resaltado a lo largo del texto, el usuario es ahora capaz de suplir los dos roles: generador y consumidor de contenido. Esto implica que los medios deban transformarse desde sus cimientos para seguir siendo relevantes, obtener ganancias y ofrecer valor a su usuario final. En el caso de la educación, los usuarios hoy en día encuentran diversas posibilidades para aprender y no necesariamente son las instituciones las que ocupan el rol de líderes o guías. Los usuarios se agrupan de forma virtual para aprender de manera comunitaria; acuden a plataformas donde son los mismos usuarios los que imparten y gestionan conocimiento; y eligen conscientemente qué desean aprender y cómo lo quieren hacer. Como resultado, “la información digital cobra un nuevo sentido e Internet

colabora en la universalización y visibilización de nuevas tendencias en la elaboración, presentación y difusión de los contenidos. Internet resulta una plataforma muy útil en la difusión de contenidos informativos y un medio mucho más económico que otros, además permite el feedback con el público” (López García. 2005, p. 166).

Nos encontramos, entonces, ante la modificación, por un lado, de las audiencias como tradicionalmente han sido entendidas y, por otro, la forma en que funcionan las industrias en el mundo digital. En su artículo “Sobre la nueva ecología de medios en la era digital: Hacia un nuevo inventario de efectos”, Gutiérrez (2018) argumenta que:

Las nuevas tecnologías digitales atentan contra el equilibrio que se había establecido dentro del ecosistema social. El dominio que tenía una tecnología en particular, en términos de atracción y participación de mercado, se ve limitado por la liberación de una nueva oferta que divide la atención de los usuarios de los instrumentos convencionales. (p. 239)

Este es entonces un desafío para los generadores de contenido, en todas las industrias, que a diario compiten por llamar la atención de la audiencia y lograr fidelizarlos para que regresen a consumir los bienes y servicios que ofrecen. Ante este cambio, Islas (2008) asegura que estas transformaciones comprenden distintas variables y, dado que el entorno digital se actualiza constantemente, todavía no se ha establecido concretamente qué es lo que deben hacer las empresas mediáticas para permanecer vigentes y no perecer ante la aparición de nuevas formas de informar y entretener.

Al haber una ruptura en la audiencia como agente pasivo surgen múltiples desarrollos en cómo se comporta esta. Uno de los factores que explica este cambio es la transformación virtual, cuya base es el internet; la red que democratizó el acceso a la información y que abrió nuevos canales de comunicación (más directos) entre productores informativos y consumidores. En ese sentido, el internet es un medio *desmasificador* que ha permitido la existencia de la comunicación bidireccional, entre quienes informan y quienes consumen esa información (Toffler, 1981). Muller (2019) describe que

A partir del desarrollo de Internet y los dispositivos móviles, las nuevas generaciones prefieren el consumo personalizado ya que tienen la posibilidad de

consumir los contenidos cuándo y dónde quieran, frente a lo cual las nuevas empresas dedicadas al desarrollo y distribución de contenido digital han conseguido ofrecer un servicio acorde a la demanda del público actual, como es el caso de las plataformas de streaming como Netflix. (p. 24)

Y lo cierto es que estas nuevas prácticas son transversales en todas las esferas de la sociedad. Al respecto, Joana Sánchez, presidente de Incipy & Inesdi Digital Business School, afirma que el “objetivo final de la transformación digital es crear experiencias memorables para el usuario”, pues entregar solamente contenido ya no es suficiente. Peñafiel, por su parte, explica que:

Hemos superado conceptos como el broadcasting, la comunicación de uno a muchos, y hemos pasado a un nivel donde la información se secciona, se adapta y se mejora con la intención de enviar mensajes individuales o colectivos a través de múltiples plataformas o redes sociales y donde una gran parte de la audiencia quiere participar en la creación de contenidos e interactuar con ellos a distintos niveles, incluso, llegando a transformar la propia historia (Peñafiel, 2015, p. 86).

Generar y publicar contenido para una masa amorfa de ciudadanos parece ya una técnica arcaica y desconectada de la realidad actual, aunque existen casos en que se sigue replicando este método. Nos encontramos actualmente en medio de una transición de masas a individualismo, en parte debido a la popularización de las redes sociales en la última década y gracias al análisis de datos y los algoritmos que usan las plataformas.

El mundo educativo se enfrenta también a estos retos. El empoderamiento de los usuarios ha provocado que estos busquen alternativas a la hora de educarse y emprender nuevos caminos de aprendizaje. La institución educativa, especialmente en su materialidad física, ha tenido que adaptarse a estas nuevas formas de interacción y participación. Mucho más ahora cuando el mundo ha tenido que trasladar la mayoría de sus actividades a la virtualidad por causa del covid-19. Una de las formas en las que se puede evidenciar la convergencia cultural en la educación es el aprendizaje transmedia. Amador (2015) argumenta que:

“El ‘aprendizaje transmedia’ es una propuesta que no pretende convertirse en un modelo ni en una fórmula para hacer efectivo el desempeño académico en

escuelas y universidades. Se trata, más bien, del reconocimiento de una nueva esfera público-privada en la que están presentes sujetos, saberes, prácticas e intereses, la cual subyace de la convergencia cultural interactiva, esto es, modos de ser, pensar y actuar que emergen a partir del tránsito del receptor-usuario al prosumidor” (p. 13).

El estudiante ya no es solo estudiante. Este se ha despertado de su rol pasivo y ahora también enseña. Genera contenido en plataformas que no requieren de grandes habilidades de edición y transmite su conocimiento a través de plataformas que permiten la interacción, participación y consumo de información. En la educación informal, los usuarios son agentes activos y sujetos conscientes de la reconfiguración que internet ha promovido y, por tanto, su actuar y sus roles en comunidades virtuales de aprendizaje responden a esa transformación.

6.5. Cultura participativa

La cultura participativa es el término con el que se materializa el nuevo rol del productor-consumidor en Internet. Ya los usuarios no actúan como simples consumidores sino que son también contribuyentes en la cadena de valor. La cultura participativa se fundamenta en la producción individual y comunitaria de contenido así como en las interrelaciones que existen entre usuarios. Además de participar en la creación, los usuarios también gestionan e interactúan con lo que consumen a través de acciones como recomendar o compartir. Es decir que la cultura participativa se cimienta sobre tres ejes: generación de contenido por parte de los usuarios, trabajo colaborativo y difusión de contenidos.

“Los prosumidores participan en el desarrollo de redes wikis – centradas en el empleo colaborativo de las tecnologías de cooperación, las cuales realizan un intenso trabajo asociativo cuyo propósito es ofrecer información relevante en la blogósfera u otros ambientes mediáticos, sobre marcas, productos, servicios, ‘corporate responsibility y corporate citizenship’. A través de sistemas RSS es posible mantenerse informado de los comentarios de prosumidores en blogs, como de sus iniciativas en las redes sociales en las cuales participan. La información disponible en la blogósfera, en la twittósfera y en las redes sociales, efectivamente incide sobre la reputación y prestigio de las marcas, productos y corporativos” (Islas-Carmona, 2010, p. 56).

Una de las primeras formas de cultura participativa a nivel virtual fueron los fanfictions. Además de constituir narrativas transmedia, el desarrollo de historias subyacentes a una obra cultural evidencia el rol activo y consciente de los usuarios ya que crean contenido propio, lo difunden, retroalimentan la narrativa original y la alteran y contribuyen al posicionamiento de dichas obras. Como resultado, los usuarios terminan creando comunidades en donde se comparten intereses. Otro ejemplo de cultura participativa son las redes sociales. Estas plataformas, como Facebook y Twitter, conectan individuos, permiten el agrupamiento de personas de forma virtual, facilitan la difusión de información y tienen incidencia sobre el mundo físico.

Islas (2008) señala que “los prosumidores –arquitectos de las multitudes inteligentes- parecen dispuestos a apartarse de la “pasividad dirigida” (p. 336). El autor ahonda en el concepto y argumenta que “a diferencia del usuario de los medios convencionales –cuyo acceso a la información relevante en realidad depende de la voluntad política de determinadas instituciones históricas-, los prosumidores decididamente emprenden, por sí mismos, la búsqueda de respuestas. La capacidad de búsqueda del prosumidor representa una evidente afirmación de su independencia” (2008, p. 337).

Como explica Fernández (2013), “en la segunda década del siglo XXI, el papel del usuario adquiere un protagonismo determinante en la creación y viralización de contenidos transmedia a través de plataformas y redes sociales. La consolidación de la cultura participativa ha originado un nuevo panorama mediático dominado por prácticas colaborativas basadas en la búsqueda de nuevas fuentes creativas (crowdsourcing) y de financiación (crowdfunding)” (p. 63). Este nuevo rol modifica las dinámicas de producción y consumo de contenido, lo que implica la consolidación de nuevas formas de funcionamiento y el surgimiento de roles en estas nuevas dinámicas.

En cuanto a la industria educativa, la cultura participativa ha planteado múltiples retos. Por un lado, surge la necesidad de cambio en los modelos tradicionales de enseñanza y aprendizaje. La descentralización del conocimiento, así como el empoderamiento de los usuarios cuestiona el papel del profesor y las instituciones educativas como agentes y agencias omniscientes y únicos poseedores del conocimiento y la información. Por otro lado, evidencia la brecha digital entre la población y la inequidad de participación en el mundo virtual. Ambos retos

evidencian otras dos problemáticas: la alfabetización digital y el acceso a Internet. En el primer caso, nace la necesidad de educar a la población en términos del desarrollo de habilidades técnicas y de consumo. En el segundo caso, acceder a Internet no es una realidad para la totalidad de la población por lo que aquellos sin conectividad se ven impedidos para participar en el mundo virtual.

En este punto es importante resaltar que participar de forma activa no garantiza que los usuarios comprendan a cabalidad o sepan filtrar el contenido e información que consumen y que por ende influye en la creación de los contenidos propios. El pensamiento crítico se hace fundamental para discernir y evaluar lo que se encuentra en línea y así generar contenido de forma responsable. Esto es fundamental sobre todo en estudiantes cuya formación está en etapas tempranas. Otro factor a tener en cuenta es la adaptación del sector a las nuevas tecnologías y así transformar los roles que desempeñan los profesores, las instituciones y los estudiantes. La educación dentro de la transformación digital es fundamental para que los sujetos adquieran las capacidades y habilidades necesarias para diseñar, generar y compartir contenido de forma crítica.

En cuanto a las comunidades virtuales de aprendizaje, la cultura participativa ha sido fundamental para la creación y el funcionamiento de las mismas. Tradicionalmente, la educación ha utilizado el modelo de la memorización para la transmisión de conocimientos. La Web 1.0 reproducía este modelo al ser un repositorio de lectura que no permitía más acciones. En la época actual, el modelo ha incluido la escritura, dando paso a la creatividad, la colaboración y la participación de los usuarios. “La era de la *read & write* culture es la revolución cultural de los creadores, de los hacedores, de los prosumidores, de los militantes de la nueva cultura digital, de aquellos que emplean las nuevas tecnologías como medios creativos del procomún, rompiendo con el cariz individualista del sistema heredado” (Ruiz, 2015, p. 109).

6.6. Inteligencia colectiva

La cultura participativa se convierte entonces en la práctica que fundamenta la inteligencia colectiva. “ La inteligencia colectiva emerge de la colaboración y la competencia de varios individuos y del consenso en los procesos decisorios. El asunto más importante es integrar la inteligencia atomizada para solucionar un problema dado, y la colaboración social para buscar un criterio para un grupo de

usuarios cuya inteligencia pueda ser integrada” (Toca, 2014). En otras palabras, se trata del trabajo colectivo de múltiples sujetos que buscan encontrar solución a un problema específico.

La misma autora explica que hay tres características para definir la inteligencia colectiva:

“a) Autonomía, por lo que el agente puede completar activamente las tareas relacionadas sin interferencia externa; b) Adaptabilidad, referida a sus habilidades para percibir y adaptarse al entorno y para estudiarlo, y c) Coordinación, que le permite completar de forma conjunta una actividad” (Toca, 2014).

En este sentido, la inteligencia colectiva toma vida como un ente autónomo que produce y a la vez regula el contenido de la comunidad. Además de la integración del trabajo comunitario, la inteligencia colectiva derriba las estructuras verticales y fomenta las jerarquías horizontales. De hecho, “los nuevos modelos de creación, selección, y distribución de contenidos abren oportunos debates en relación con la política de propiedad intelectual y el derrocamiento de la vieja jerarquía: autor-obra-público receptor” (Fernández, 2013, p. 53). Al eliminarse esta jerarquía y transformarse la manera en que se distribuye la información, los usuarios suelen agruparse en comunidades digitales en las que comparten no solo puntos de vista y consumen contenido de forma pasiva sino que participan activamente en la producción de lo que les interesa consumir.

Por ello, la comunidad será “quien califique, valore, recomiende o prime ciertos contenidos por encima de otros. Y esa valoración no va a depender de un solo individuo sino del grupo como tal” (Ribes, 2007, p. 5). Entendiendo que internet es ahora un ecosistema, las herramientas que allí habitan “estimulan la experimentación, reflexión y la generación de conocimientos individuales y colectivos, favoreciendo la conformación de un ciberespacio de intercreatividad que contribuye a crear un entorno de aprendizaje colaborativo”. (Romaní, 2007, p. 101).

En este punto se debe considerar la conformación de comunidades digitales. Jenkins explica que “surgen nuevas formas de comunidad: estas nuevas comunidades se definen mediante afiliaciones voluntarias, temporales y tácticas, reafirmadas en virtud de empresas intelectuales e inversiones emocionales comunes. Los miembros pueden cambiar de grupo cuando varían sus intereses y

necesidades, y pueden pertenecer a más de una comunidad a la vez. Estas comunidades, sin embargo, se mantienen unidas mediante la producción mutua y el intercambio recíproco de conocimientos” (Jenkins, 2006, p. 37). Este conocimiento, que funciona como pegamento y base de la comunidad, se construye con el saber de sus miembros. A este saber compartido es a lo que Lévy denomina inteligencia colectiva. En palabras de Jenkins, “la inteligencia colectiva se refiere a esta capacidad de las comunidades virtuales de estimular la pericia combinada de sus miembros. Lo que no podemos saber o hacer por nosotros mismos, puede que seamos ahora capaces de hacerlo colectivamente” (Jenkins, 2006, p. 36).

Es posible afirmar entonces que los consumidores ya no se encuentran al final de la cadena de producción como meros consumidores, o simplemente como receptores de mensajes, si no son el vórtice del que se desprenden las decisiones creativas; son tanto insumo como consumidores. Son un eje transversal en las distintas etapas de generación, producción y consumo de servicios y productos informativos y/o educativos. Al reunirse y funcionar como comunidad, es la inteligencia colectiva la que se encarga de fomentar y curar la participación de los miembros, el contenido que producen y difunden. Al interior de estos grupos, se promueve el aprendizaje colectivo “permitiendo encontrar pares con las mismas pasiones, creando cercanía con aquellas personas que poseen un mayor conocimiento en determinada área y logrando por medio de estos encuentros sinergias que producen descubrimientos e innovaciones en muchos campos” (Moreno, 2016).

Esta nueva posibilidad para el usuario, se denomina *Prosumidor*, término acuñado por Marshall McLuhan y definido por Alvin Toffler, en su libro *La Tercera Ola*. En 2006, Toffler explicó que esta palabra se utiliza “para designar a quienes creamos bienes, servicios o experiencias para nuestro uso o disfrute, antes que para venderlos o intercambiarlos. Cuando como individuos o colectivos, PROducimos y conSUMIMOS nuestro propio output, estamos prosumiendo” (221). Según Islas-Carmona, “la Web 2.0 impuso importantes cambios en los hábitos de consumo cultural de los cibernautas, posibilitando su tránsito a la condición de activos prosumidores” (2010, p. 50).

En este sentido, según García (2014, p. 2), existen cuatro beneficios resultantes de los sistemas digitales en los que la cultura participativa y la

inteligencia colectiva son piedras angulares para el funcionamiento de las comunidades:

- *“Interactividad. Al hacer posible la comunicación total, bidireccional y multidireccional; la relación se convierte en próxima e inmediata; se posibilita la interactividad e interacción tanto síncrona como asíncrona, simétrica y asimétrica.*
- *Aprendizaje colaborativo. Al propiciar el trabajo en grupo y el cultivo de actitudes sociales; permitir el aprender con otros, de otros y para otros a través del intercambio de ideas y tareas, se desarrollen estos aprendizajes de forma más o menos guiada (cooperativo).*
- *Multidireccionalidad. Al existir gran facilidad para que documentos, opiniones y respuestas tengan simultáneamente diferentes y múltiples destinatarios, seleccionados a golpe de “clic”.*
- *Libertad de edición y difusión. Dado que todos pueden editar sus trabajos y difundir sus ideas que, a la vez, pueden ser conocidos por multitud de internautas”.*

Para la educación, la inteligencia colectiva no es un concepto nuevo. Sin embargo, al igual que la cultura participativa, es una práctica novedosa que reta los modelos tradicionales. Los profesores o maestros ya no son los únicos poseedores del conocimiento ni los líderes innatos para gestionar la información. Los estudiantes son también parte activa tanto de la generación de contenido como de la toma de decisiones sobre qué aprender. Más aún, el profesor también puede ocupar esa posición de estudiante y trabajar colaborativamente con sus estudiantes. Como se mencionaba anteriormente en relación a la integración de las cadenas de valor, otras profesiones se vuelven parte de esas comunidades educativas; por ejemplo, los desarrolladores de las plataformas en donde se reúnen y los mercadólogos encargados de atraer a más miembros que consuman los bienes y servicios que se ofrecen en dichas plataformas.

6.7 Comunidad virtual

Según Meirinhos y Osório (2009), “la expresión comunidad virtual ha sido popularizada por Rheingold en 1994, con referencia al desarrollo de nuevas entidades en red, a una nueva clase de lugar ciberespacial posibilitado por la Internet y que permite la ‘desterritorialización’ de los agrupamientos y comunidades humanas” (p. 46). Como hemos visto a lo largo de este marco teórico, internet es un

democratizador de la información que ha servido para el empoderamiento de los usuarios. Esto ha resultado en un giro en la cadena de valor y la transformación de la audiencia, lo que ha abierto la posibilidad al establecimiento de comunidades digitales que buscan contenido especializado, personalizado y de alta calidad.

Esta aparición se dio inicialmente con el surgimiento de los fanfiction y las redes sociales y ahora ha permeado otras esferas como la académica. Usuarios que comparten gustos, intereses y pasiones se reúnen a nivel digital, en distintas plataformas, para discutir y debatir sobre esos temas y a su vez generar contenido in situ, es decir, de ellos para ellos. De acuerdo con Moreno (2016), en un artículo publicado en Forbes, estas comunidades pueden ser definidas como “agrupaciones de individuos que los une un mismo interés como puede ser la pasión por la tecnología o comparten una misma visión acerca de un tema particular. Por ejemplo, existen comunidades de emprendedores, de programadores en distintos lenguajes, de causas sociales, de diseñadores entre otros temas”.

El objetivo principal de las comunidades virtuales “es permitir el intercambio concreto y real de conocimientos y capacidades para la creación de algo”. En este sentido, los que antes eran entendidos solamente como consumidores se transforman en lo que Jenkins denomina prosumidores; entiéndase como miembros activos de comunidades que generan, seleccionan y distribuyen contenido según sus propias agendas. En palabras de Quintero-López (2019), una comunidad digital “es un conjunto de individuos que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, visión del mundo, edad, ubicación geográfica, estatus social y roles” (p. 1). Según esta autora, existen cinco tipos de comunidades digitales:

- *Comunidad de Acción: Esta es una comunidad para gente que quiere cambiar algo en el mundo.*
- *Comunidad de Circunstancia: Son personas que se encuentran en la misma posición/situación, por ejemplo, gente que comparte los mismos problemas de salud, emocionales o psicológicos.*
- *Comunidad de Interés: Es un grupo de gente unida por una pasión en común.*
- *Comunidad de Lugar: Estas son comunidades ligadas por una ubicación común*
- *Comunidad Práctica: Son personas que participan en la misma actividad” (Quintero-López, 2019, p. 1).*

Dentro de estas agrupaciones, los miembros pueden tener tres tipos de roles; a saber, líderes, colaboradores y usuarios. La construcción de esta definición se produce con base en la conceptualización de las “comunidades de práctica”, un término desarrollado por Wenger, McDermott y Snyder (2002). De acuerdo con estos teóricos, una comunidad de práctica es “un grupo de personas que comparten una preocupación, un conjunto de problemas o un interés común acerca de un tema, y que profundizan su conocimiento y pericia en esta área a través de una interacción continuada” (p).

Como resultado, una comunidad virtual funciona como una pequeña sociedad en la que la colaboración propicia el crecimiento tanto de la comunidad en sí como de sus miembros. Moreno (2016) argumenta que “las comunidades en última instancia permiten a sus miembros volverse especialistas en un tema de interés específico y tener a la mano expertos para pedir consejos o mejorar ideas. Yendo a una escala un poco más amplia donde más que la competencia existe la colaboración”. Este tipo de dinámicas es posible encontrarlas en plataformas como Blasting News, donde los usuarios crean canales (comunidades) de sus intereses y pasiones y encuentran a más personas que comparten sus gustos. Quienes participan del canal pueden generar contenido, interactuar con los demás miembros y crecer como grupo.

Sallán (2016) explica que “las comunidades virtuales existen gracias a las grandes posibilidades de socialización y de intercambio personal que proporcionan las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) y la existencia de Internet. El ciberespacio se ha convertido en el territorio de las CV, un territorio que no es geográfico, sino electrónico” (p. 50). Algunas de las características de este tipo de comunidades son:

- “Sólo son factibles en el ciberespacio, en la medida en que sus miembros se comunican en un espacio creado con recursos electrónicos.
- Su modelo de organización es horizontal o plana, sin estructuras verticales, dado que la información y el conocimiento se construye a partir de la reflexión conjunta.
- Comparten un espacio a construir, ya que son los participantes, con sus variados y variables intereses, metas y tareas, los que dan sentido a la comunidad.

- Sus miembros comparten un objetivo, un interés, una necesidad o una actividad que es la razón fundamental constitutiva de la misma comunidad. Asumen, además, un contexto, un lenguaje y unas convenciones y protocolos.
- Sus miembros asumen una actitud activa de participación e, incluso, comparten lazos emocionales y actividades comunes muy intensas.
- Sus miembros poseen acceso a recursos compartidos y a políticas que rigen el acceso a esos recursos.
- Existe reciprocidad de información, soporte y servicios entre sus miembros”. (Sallán, 2016, p. 51).

Otros rasgos fundamentales de las comunidades virtuales que tendremos en cuenta para este estudio son:

1. *“La información es de los usuarios. Son los usuarios quienes deciden qué información van a almacenar, mostrar e intercambiar, al determinar por dónde empieza a ver la red, para qué y con quiénes.*

2. *El acceso a la red es: — Universal: al poder acceder a «ver» toda la red (otra cosa es que, una vez dentro de la red, haya lugares donde se pida el registro para acceder a la información que contienen).— Simultáneo: todos estamos en la red al mismo tiempo, pues existimos en cuanto información. En realidad, la red es, desde sus orígenes, el primer contestador automático que se puso en funcionamiento. Nadie sabe si estamos conectados o no, pero nos relacionamos entre todos como si lo estuviéramos a través de nuestra presencia numérica, de la información que «movemos» y de las interacciones que promovemos. — Independiente del tiempo (24 horas al día y 365 días al año) y de la distancia.*

3. *La red crece de manera descentralizada y desjerarquizada. Basta seguir añadiendo ordenadores para que se extienda física y virtualmente sin que haya ordenadores que desempeñen tareas de «comando y control» sobre los otros ordenadores de la red”. (Sallán, 2016, pp. 51-52).*

Sallán (2016) argumenta que “las CV pueden generar conexiones más fuertes ligadas a objetivos concretos, lo que da lugar a verdaderas comunidades virtuales de aprendizaje, donde el motivo principal de su existencia pasa de ser el intercambio y la intercomunicación a ser el aprendizaje y el desarrollo personal y profesional” (p. 55). En el siguiente apartado veremos que las CVA comparten

rasgos de las primeras, pero tienen lineamientos específicos que las diferencian de otros tipos. Sigamos entonces con la definición de este tipo de comunidad.

6.8. Comunidad virtual de aprendizaje

Teniendo en cuenta la centralidad de este apartado para el desarrollo de la metodología, se recurrió a un autor especializado en CVA cuyo trabajo es reciente y evidencia claramente las características y buenas prácticas de este tipo de comunidades. Cabe resaltar que partimos de que “los procesos de enseñanza-aprendizaje desarrollados en entornos digitales, pueden plantearse desde perspectivas colaborativas y de construcción del conocimiento, dando lugar, entonces a comunidades virtuales de aprendizaje. (Salinas, 2003, p. 7).

Satisfacer las necesidades educativas de la población y hacer frente a los desafíos que plantea el nuevo escenario social, económico, político y cultural marcado por la globalización, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y el cambio a una economía basada en el conocimiento, precisa ampliar el concepto de educación y aceptar que ésta es responsabilidad de toda la sociedad y que requiere de un compromiso compartido entre ésta y la comunidad de la que forma parte el sistema educativo (Coll, 2001, p. 2)

En consecuencia, podríamos definir a una comunidad de aprendizaje como “la agrupación de personas que se organiza para construir e involucrarse en un proyecto educativo y cultural propio, y que aprende a través del trabajo cooperativo y solidario” (Sallán, 2016, p. 44). En otras palabras, se refiere a un grupo de personas que aprende de forma colectiva a través de herramientas en un mismo espacio digital. Al igual que las comunidades digitales en general, las comunidades virtuales de aprendizaje reúnen a personas con los mismos intereses en común y buscan el bienestar comunitario. En este caso en particular, las CVA propenden por apoyar y fomentar la educación en diferentes niveles: formal, no formal e informal. Para que esto suceda se requieren de ciertas condiciones; para este estudio se seleccionaron aquellas que no se relacionan con territorialidad física, con procesos educativos gubernamentales ni con exclusividad de procesos para niños y jóvenes en etapa escolar; a saber son:

- “Procesos participativos en el diseño y en el desarrollo del plan educativo.
- Construcción de alianzas y desarrollo de proyectos asociativos.
- Orientación hacia el aprendizaje y la innovación pedagógica.

- Prioridad sobre las personas y el desarrollo de los recursos humanos.
- Intervención sistemática y articulación de las acciones.
- Sistematización, evaluación y difusión de la experiencia.
- Construcción de experiencias demostrativas.
- Continuidad y sustentabilidad de los esfuerzos.
- Procesos y resultados de calidad con una utilización eficiente de los recursos” (Sallán, 2016, p. 46).

En este punto resulta fundamental definir cuáles son las buenas prácticas que Sallán ha identificado para guiar la metodología de análisis. Este autor explica que son buenas prácticas dentro de las CVA las siguientes acciones:

- “Diálogo igualitario, donde las diferencias se consideran a partir de la validez de los argumentos y no desde la imposición de estructuras culturales hegemónicas.
 - La consideración de la inteligencia cultural, que engloba la inteligencia académica y práctica, además de capacidades de lenguaje y acción que permiten llegar a acuerdos en los diferentes ámbitos sociales.
 - La orientación de la educación y el aprendizaje hacia el cambio.
 - La inclusión y superación de la dimensión instrumental, al incorporarla desde la crítica a la colonización tecnocrática del aprendizaje.
 - La creación de sentido a partir de un aprendizaje que posibilite la interacción entre las personas para dar sentido a cada una de ellas.
 - La solidaridad, como base del aprendizaje igualitario y dialógico.
 - La revisión de la cultura de la diferencia, que olvida la igualdad y que lleva, en una situación de desigualdad, a que se refuerce como diverso lo que es excluyente, al adaptar sin transformar, con lo que crea, en muchas ocasiones, consciente o inconscientemente, mayores desigualdades” (Sallán, 2016, p. 46).

6.9. Alfabetización digital

Ahora bien, ya teniendo el marco teórico para el análisis de las comunidades virtuales de aprendizaje, es hora de abordar la alfabetización digital y entender la relación con las CVA. En primer lugar, de acuerdo con la Fundación Telefónica (2006), la alfabetización digital es “el proceso de adquisición de los conocimientos necesarios para conocer y utilizar adecuadamente las infotecnologías y poder responder críticamente a los estímulos y exigencias de un entorno informacional cada vez más complejo” (p. 52). En otras palabras, la alfabetización digital es el

proceso por medio del cual una persona se vuelve competente para desempeñarse en el mundo virtual y hacerlo de forma crítica. La persona es capaz de encontrar, analizar, organizar, comprender y evaluar información a través de las infotecnologías. Por ende, se trata de entender y ejercer los lenguajes de la esfera virtual y hacerlo desde una posición analítica de lo que se produce y consume.

Teniendo como base esta definición, se puede asegurar que “una persona se considera analfabeta digital cuando tiene un acceso limitado y/o un desarrollo bajo o nulo de las habilidades que le permitan interactuar en la red comunicativa que proporciona el uso de TIC” (García, Aquino y Ramírez, 2006, p. 9). Este planteamiento se puede dividir en dos tipos de analfabetismo: aquellos sin acceso y aquellos que lo tienen y cuyas habilidades son limitadas. Para este caso nos concentramos en el segundo tipo, pues si bien el acceso y la conectividad son desafíos que deben ser estudiados y superados, en esta tesis nos enfocaremos en el desarrollo de habilidades dentro de las CVA a través de las buenas prácticas.

Como se explicó en apartados anteriores, la cultura participativa ha evidenciado la brecha digital entre quienes se desempeñan cabalmente en el ecosistema digital y aquellos que no poseen las habilidades técnicas y de criterio para hacerlo. Es por esto que, de acuerdo con Gurstein (2011), “la reducción de la brecha consiste en fomentar la capacidad de la ciudadanía para utilizar de manera crítica la información que se puede utilizar de forma libre: Open Data” (p. 68). Recordemos que actualmente el mundo virtual es una extensión significativa del mundo físico. Internet facilita la prestación y consumo de bienes y servicios. Por lo que es fundamental que la ciudadanía pueda acceder y desempeñarse en esa esfera. Abordar críticamente la información que se consume impacta positivamente la producción de contenido y también la difusión. Es por esto que las CVA, cuyo propósito es la educación deben propender por el establecimiento de buenas prácticas para la alfabetización digital.

García Ávila (2017) explica que “la alfabetización digital es también una clave del desarrollo de la Sociedad de la Información y del Conocimiento e incluso depende de la estrategia formativa en el ámbito digital para que un grupo social esté en condiciones de involucrarse con soltura, flexibilidad y capacidad de liderazgo en la sociedad informacional del siglo XXI” (p. 68). Es decir, que adquirir estas competencias es fundamental para desenvolverse en el siglo actual y qué mejor forma de adquirir esas habilidades que en comunidades virtuales cuyo foco es la educación y el aprendizaje. Recordemos que “la alfabetización digital incluye tener

conocimiento de diversas fuentes de información digitales, criterios éticos para hacer uso de la información, hacer uso y tenencia de dispositivos, entre otros elementos” (García-Ávila, 2017, p. 73).

Entonces, para que las CVA sean espacios de alfabetización digital sus prácticas deben apuntar hacia estrategias que formen personas:

- A. “Alfabetizadas informacionalmente al ser aptos para identificar la calidad de un contenido.
- B. Adaptabilidad, al tener la capacidad de desarrollar habilidades necesarias para el uso de las TIC.
- C. Ocupacionalmente, al hacer uso de la alfabetización informacional y de las habilidades de adaptabilidad para los negocios, la educación y la vida cotidiana” (p. 72).

Cabe resaltar que la alfabetización digital no es una tarea que corresponda únicamente al sector educativo; por el contrario, es una tarea de la sociedad en general (Fundación Telefónica, 2006). En este sentido, la alfabetización digital debe ser entendida como una herramienta de transformación e inclusión social. Precisamente por esta razón, este estudio se concentra en plataformas digitales de educación no formal; ya que si bien buscan capacitar a sus usuarios, este tipo de formación atañe a todas aquellas actividades que no se desarrollan dentro del ámbito educativo si no que se dan fuera del sistema escolar.

Aunque el propósito de las cinco plataformas seleccionadas no es explícitamente la alfabetización digital, estas sí son un espacio que promueve la adquisición de nuevas capacidades y competencias. Ellas promueven procesos de aprendizaje innovadores, donde el estudiante/usuario elige qué aprender y qué habilidades desarrollar. Paralelamente, los estudiantes/usuarios adquieren capacidades críticas para el consumo de información y para la producción de contenido. En este sentido, las cinco plataformas que se analizarán, satisfacen las necesidades educativas en cuanto a los nuevos desafíos sociales, culturales, económicos y políticos de los que nos hablaba Coll (2001) en el apartado anterior.

Se hace fundamental, entonces, enseñar a aprender, pues la proliferación de tecnologías y el acceso a la información requiere del desarrollo de capacidades instrumentales y valores culturales que fomenten la correcta producción y consumo de información y contenido. Esto dará paso a prácticas digitales que sean críticas y

responsables. Las CVA cumplen con este propósito y por ende, aunque no sea un objetivo explícito, facilitan, promueven y permiten la alfabetización digital. ¿Cómo se logra esto último? De acuerdo con la Fundación Telefónica (2006), existen estrategias específicas para alfabetizar digitalmente en ambientes educativos no formales. A saber, estas son:

- ¿Qué quieren aprender los estudiantes? Los programas deben ser diseñados partiendo de ese eje fundamental. Hoy en día no se trata de qué se quiere enseñar si no de qué quieren aprender los alumnos.
- Flexibilidad de los programas. Los currículos y cursos deben adaptarse a las condiciones socioculturales de los estudiantes y no al revés. Esto significa que si bien los programas están disponibles a un sinnúmero de aprendices, estos deben ser flexibles en cuanto a las condiciones en las que se encuentran los estudiantes.
- Gradualidad. Los módulos deben partir de lo más cercano y concreto para abordar posteriormente lo más abstracto.
- Entornos colaborativos. Se debe fomentar el trabajo colectivo y prestar atención a las motivaciones individuales y colectivas.

6.10. Descripción de las plataformas de e-learning seleccionadas

En este apartado se describirán brevemente las características y el funcionamiento de las plataformas de e-learning en donde se reúnen las CVA de educación informal.

1. **Coursera:** esta es una de las plataformas más populares de e-learning donde se encuentran cursos, talleres y diplomados de múltiples instituciones universitarias y académicas a nivel mundial. De acuerdo con su página web, Coursera “visualiza un mundo donde cualquiera, desde cualquier lugar tiene el poder de transformar su vida a través del aprendizaje”. Esta plataforma tiene alianzas con más de 200 universidades y compañías para crear una oferta flexible, costeable y relevante para el trabajo por medio del aprendizaje digital. En la página web también se afirma que Coursera cree que “el conocimiento es una fuente de progresos que tiene el poder de transformar nuestro mundo de la enfermedad a la salud, de la pobreza a la prosperidad y del conflicto a la paz. Tiene el poder de transformar nuestras vidas, para nosotros mismos, familias y

comunidades. [...] El aprendizaje es un derecho, no un privilegio y por eso es que Coursera está aquí”.

Según sus cifras, Coursera cuenta con más de 82 millones de estudiantes alrededor del mundo. Esta compañía fue creada por Daphne Koller y Andrew Nig en 2012 con el objetivo de proveer una experiencia educativa transformadora para los aprendices en el mundo.

Criterios de selección

Tabla 3

Concepto teórico	Cumple	No cumple
Pilar economía colaborativa: democratización	X	
Pilar economía colaborativa + características de las comunidades virtuales : plataformas digitales	X	
Pilar economía colaborativa: interacción social	X	
Características de las comunidades virtuales: objetivo común	X	
Características de las comunidades virtuales: recursos compartidos	X	
Características de las comunidades virtuales: reciprocidad	X	
Características de las comunidades virtuales: información generada por		X

usuarios		
Características de las comunidades virtuales: orientación hacia la pedagogía innovadora	X	
Características de las comunidades virtuales: prioridad sobre las personas y sus habilidades	X	
Características de las comunidades virtuales: sistematización, evaluación y difusión de la experiencia	X	
Características de las comunidades virtuales: procesos y resultados de calidad	X	
Alfabetización digital: uso y adaptabilidad	X	
Alfabetización digital: ¿Qué quieren aprender los estudiantes?	X	

Nota: En esta plataforma, los usuarios no suben contenido. Si bien generan productos para responder con actividades y tareas, el modelo está centrado en ofrecer información impartida por entidades y organizaciones reconocidas. El usuario puede comentar, mas no puede crear contenido nuevo o derivado. Sin embargo, es importante aclarar que no se pierde el rol de prosumidor ya que con base en lo aprendido a través de la oferta académica, pueden generar contenido por fuera de la plataforma.

2. **EDX:** en esta plataforma se pueden encontrar cursos en línea abiertos a cualquier persona. Según su sitio web “todo individuo tiene el potencial a crear un cambio, ya

sea en su vida, en su comunidad o en el mundo. El poder transformador de la educación es lo que libera ese potencial. Sin embargo, el acceso a la educación de alta calidad ha sido un privilegio de unos pocos”. Esta plataforma abrió sus aulas virtuales para el aprendizaje en línea de forma que millones de estudiantes pudieran encontrar y liberar su potencial y así convertirse en agentes de cambio. La compañía se creó en 2012 y fue fundada por Anan Agarwal, profesor del MIT y de Harvard. Según sus cifras, EDX tiene 110 millones de inscripciones, 35 millones de usuarios y 160 instituciones colaboradoras.

Criterios de selección

Tabla 4

Concepto teórico	Cumple	No cumple
Pilar economía colaborativa: democratización	X	
Pilar economía colaborativa + características de las comunidades virtuales : plataformas digitales	X	
Pilar economía colaborativa: interacción social	X	
Características de las comunidades virtuales: objetivo común	X	
Características de las comunidades virtuales: recursos compartidos	X	
Características de las comunidades virtuales: reciprocidad	X	
Características de las		X

comunidades virtuales: información generada por usuarios		
Características de las comunidades virtuales: orientación hacia la pedagogía innovadora	X	
Características de las comunidades virtuales: prioridad sobre las personas y sus habilidades	X	
Características de las comunidades virtuales: sistematización, evaluación y difusión de la experiencia	X	
Características de las comunidades virtuales: procesos y resultados de calidad	X	
Alfabetización digital: uso y adaptabilidad	X	
Alfabetización digital: ¿Qué quieren aprender los estudiantes?	X	

Nota: En esta plataforma, los usuarios no suben contenido. Si bien generan productos para responder con actividades y tareas, el modelo está centrado en ofrecer información impartida por entidades y organizaciones reconocidas. El usuario puede comentar, mas no puede crear contenido nuevo o derivado. Sin embargo, es importante aclarar que no se pierde el rol de prosumidor ya que con base en lo aprendido a través de la oferta académica, pueden generar contenido por fuera de la plataforma.

3. **Hotmart:** a diferencia de las dos primeras plataformas, Hotmart tiene un modelo de negocio distinto. Esta compañía es una plataforma tanto para estudiantes como para educadores / generadores de contenidos. En su página web se explica que se dedican “a la venta de productos digitales y estamos revolucionando el mercado y la forma de consumir contenido”. Aquí los docentes pueden crear su propia aula virtual y cursos para conectar con personas interesadas en adquirir los conocimientos que ofrecen. Además, Hotmart ofrece una red de apoyo que incluye especialistas e influenciadores que promocionan los productos que se han cargado en la plataforma de manera que más personas los puedan conocer y así conectar a generadores con estudiantes. Esta compañía nació en 2011 y su modelo de negocio se enfoca en la atención al cliente. En América Latina, Hotmart tiene más de 500.000 usuarios y es líder en venta de productos digitales.

Criterios de selección

Tabla 5

Concepto teórico	Cumple	No cumple
Pilar economía colaborativa: democratización	X	
Pilar economía colaborativa + características de las comunidades virtuales : plataformas digitales	X	
Pilar economía colaborativa: interacción social	X	
Características de las comunidades virtuales: objetivo común	X	
Características de las comunidades virtuales: recursos compartidos	X	

Características de las comunidades virtuales: reciprocidad	X	
Características de las comunidades virtuales: información generada por usuarios	X	
Características de las comunidades virtuales: orientación hacia la pedagogía innovadora	X	
Características de las comunidades virtuales: prioridad sobre las personas y sus habilidades	X	
Características de las comunidades virtuales: sistematización, evaluación y difusión de la experiencia	X	
Características de las comunidades virtuales: procesos y resultados de calidad	X	
Alfabetización digital: uso y adaptabilidad	X	
Alfabetización digital: ¿Qué quieren aprender los estudiantes?	X	

4. **Moodle:** esta plataforma es un Content Management System (CMS, por sus siglas en inglés) y se enfoca directamente en proveer espacios digitales para que educadores, administradores y estudiantes tengan un sistema personalizado de

aprendizaje. En su sitio web se especifica que Moodle permite la creación de ambientes de aprendizaje en donde se encuentran sistemas integrados, únicos y seguros. Además, con más de 200 millones de usuarios a nivel mundial, entre los que se incluyen académicos y empresariales, es una de las plataformas de aprendizaje más utilizada en el mundo pues además de sus beneficios educativos también es multilingüe. De este modo, no hay limitaciones lingüísticas para aprender en línea. Su modelo de enseñanza está basado en ambientes de aprendizaje colaborativos que le ofrecen a los estudiantes herramientas que facilitan el proceso de enseñanza y aprendizaje. Una de sus características más importantes es que es un programa con código abierto que tiene licencia pública general. Eso significa que “cualquier persona puede adaptar, extender o modificar Moodle, tanto para proyectos comerciales como no comerciales, sin pago de cuotas por licenciamiento”.

Criterios de selección

Tabla 6

Concepto teórico	Cumple	No cumple
Pilar economía colaborativa: democratización	X	
Pilar economía colaborativa + características de las comunidades virtuales : plataformas digitales	X	
Pilar economía colaborativa: interacción social	X	
Características de las comunidades virtuales: objetivo común	X	
Características de las comunidades virtuales: recursos compartidos	X	
Características de las	X	

comunidades virtuales: reciprocidad		
Características de las comunidades virtuales: información generada por usuarios	X	
Características de las comunidades virtuales: orientación hacia la pedagogía innovadora	X	
Características de las comunidades virtuales: prioridad sobre las personas y sus habilidades	X	
Características de las comunidades virtuales: sistematización, evaluación y difusión de la experiencia	X	
Características de las comunidades virtuales: procesos y resultados de calidad	X	
Alfabetización digital: uso y adaptabilidad	X	
Alfabetización digital: ¿Qué quieren aprender los estudiantes?	X	

5. **Wikiversidad:** con la filosofía de Wikipedia, esta es una plataforma “educativa, online, libre y gratuita”. De acuerdo con su sitio web, “aquí puedes crear proyectos de aprendizaje a cualquier nivel educativo, participar en un grupo de aprendizaje, crear contenidos didácticos tales como exámenes, ejercicios de

prácticas, foros de discusión sobre las materias que estudias” y mucho más. Como en Wikipedia, “todos pueden participar y usarla para aprender por cuenta propia, enriquecer la experiencia educativa en los salones de clase, facilitar el intercambio de ideas y desarrollar proyectos de investigación. También proporciona un espacio donde las comunidades que desarrollan y usan esos materiales puedan trabajar juntas para facilitar el aprendizaje y la enseñanza”. Esta iniciativa nació en 2003 y fue lanzada oficialmente en 2006. En 2011 llegó a tener más de 1000 páginas de contenido y para 2016 superó las 1500.

Criterios de selección

Tabla 7

Concepto teórico	Cumple	No cumple
Pilar economía colaborativa: democratización	X	
Pilar economía colaborativa + características de las comunidades virtuales : plataformas digitales	X	
Pilar economía colaborativa: interacción social	X	
Características de las comunidades virtuales: objetivo común	X	
Características de las comunidades virtuales: recursos compartidos	X	
Características de las comunidades virtuales: reciprocidad	X	
Características de las	X	

comunidades virtuales: información generada por usuarios		
Características de las comunidades virtuales: orientación hacia la pedagogía innovadora	X	
Características de las comunidades virtuales: prioridad sobre las personas y sus habilidades	X	
Características de las comunidades virtuales: sistematización, evaluación y difusión de la experiencia	X	
Características de las comunidades virtuales: procesos y resultados de calidad	X	
Alfabetización digital: uso y adaptabilidad	X	
Alfabetización digital: ¿Qué quieren aprender los estudiantes?	X	

7. Metodología

Para cumplir con el objetivo de proponer una estrategia de alfabetización digital basada en la generación y gestión de contenido digital en comunidades virtuales educativas se utilizará una metodología mixta: cuantitativa y cualitativa. Por un lado, la metodología cuantitativa “se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco

conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. Este método tiende a generalizar y normalizar resultados” (Bernal, 2010, p. 60). En otras palabras, la metodología cuantitativa será clave para contar con datos objetivos e identificar las variables que intervienen en las prácticas de alfabetización digital que se ejecutan en las CVA seleccionadas. Una vez estos datos sean analizados, será posible crear patrones generalizados, del universo de la muestra, para otras comunidades educativas. El método utilizado para esta parte será una encuesta a usuarios de las cinco plataformas estudiadas. Ver Anexo 1 para las preguntas.

Ahora bien, la metodología cualitativa “se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes, según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada” (Bernal, 2010, p. 60). Los datos recogidos a través de esta metodología serán clave para generar hipótesis sobre el comportamiento de las comunidades y lograr describir las prácticas de las mismas y así plantear una estrategia para la alfabetización digital que pueda ser replicada en otras comunidades educativas. En este caso se implementarán dos métodos. En primer lugar, se realizarán entrevistas a expertos en alfabetización digital con el propósito de conocer su posición frente a estas plataformas y el rol que desempeñan en la tarea de alfabetizar a sus usuarios por medio de la oferta de cursos. Segundo, se realizará un análisis de contenido de 15 cursos, tres por cada plataforma, con el objetivo de analizar e identificar las prácticas de generación y gestión de contenidos.

Especificaciones de los métodos a utilizar:

7.1. Encuesta a usuarios

Se evaluará una muestra de 100 miembros de las cinco comunidades; es decir, 20 miembros por cada plataforma. Ver anexo 2 con el formulario de preguntas que se le realizaron al universo estudiado.

Las encuestas serán de tipo cuantitativo, con el fin de obtener datos medibles más allá de las calificaciones subjetivas. Por esta razón, se realizó un formulario en el que los participantes califiquen las prácticas establecidas en la primera etapa y así poder determinar cuáles de ellas son las que mejor funcionan.

Quienes participen en las encuestas no participarán en las entrevistas, para poder contrastar la información.

Para poder tener una muestra población fija, se determinó la siguiente segmentación:

Geográfica

- ❖ Continente: América
- ❖ Región: América Latina
- ❖ País: Colombia
- ❖ Ciudad: NA
- ❖ Tamaño de ciudad: NA
- ❖ Densidad: NA
- ❖ Clima: NA
- ❖ Zona urbana o rural: urbana

Demográfica

- ❖ Edad: 25 – 34
- ❖ Generación: Millennial
- ❖ Sexo: Femenino – Masculino
- ❖ Nacionalidad: colombiana
- ❖ Nivel adquisitivo: Medio-alto
- ❖ Nivel educativo: Bachillerato
- ❖ Idioma: Español
- ❖ Ciclo de vida familiar: NA
- ❖ Religión: NA
- ❖ Raza o etnia: NA
- ❖ Ocupación: NA

Psicográfica

- ❖ Personalidad: Explorador + sabi, busca expandir su conocimiento, enfrentarse a nuevos retos y reinventarse constantemente.
- ❖ Estilo de vida: Busca y comparte información y conocimiento.

❖ Intereses: educación, internet, educación virtual, capacitación digital, desarrollo académico, desarrollo personal, desarrollo profesional, idiomas, ciencias informáticas, cursos gratuitos, autonomía, autonomía educativa, aprendizaje innovador, comunidad de estudiantes, certificados, flexibilidad.

❖ Valores: responsabilidad, respeto, compromiso, honestidad.

Comportamental

❖ Beneficio esperado: (1) Acceder a comunidades virtuales educativas en donde los miembros compartan sus intereses de adquirir nuevos conocimientos a través de cursos, talleres, diplomados, etc., que sean digitales (2) Desarrollar habilidades digitales útiles para la vida académica, laboral y personal. (3) Crear contenido educativo para que más miembros puedan capacitarse. (4) Compartir contenido que permita el crecimiento de la CVA en la que se encuentran. (5) Apoyar el crecimiento de las CVA a través de trabajo colaborativo.

❖ Frecuencia de uso: diaria.

❖ Ocasión de consumo: acceder a cursos de educación no formal, crear contenido relevante para la comunidad, compartir contenido de importancia para la comunidad, gestionar el contenido que consumen.

❖ Estatus de usuario: usuario potencial.

❖ Situación de lealtad: usuario leal de uso frecuente.

❖ Actitud: entusiasta.

❖ Etapa de preparación: NA

Los 100 participantes deberán cumplir los siguientes requisitos para ser parte del estudio (estas características se seleccionaron con base en la segmentación descrita y detallada en el marco teórico):

- Cumplir con la segmentación establecida anteriormente.
- Ser miembro de al menos una comunidad virtual de aprendizaje.
- Haber tomado un curso ofrecido en las plataformas a estudiar.
- Contar con conectividad a internet 24/7 (conexión WiFi en sus hogares y plan de datos en su celular).

7.2. Entrevista semiestructurada a expertos

Con el propósito de tener una perspectiva experta y académica para la realización de la propuesta, se consultó a expertos en alfabetización digital y educación en línea. Este método sirvió para fortalecer los hallazgos y conceptos del marco teórico, así como para contrastar los resultados obtenidos en la encuesta con usuarios.

La determinación de los expertos se realizó con base en la búsqueda en internet de profesores y profesionales nacionales que se desempeñan en el campo del *e-learning*. Posteriormente, se hizo el contacto a través de correo electrónico para coordinar una entrevista vía Meet.

Se hicieron dos entrevistas a dos profesoras de universidades de Colombia. La primera de ellas fue la docente investigadora de la Universidad Externado de Colombia Sandra Milena Ortíz Laverde. El segundo encuentro se realizó con la profesora docente de planta de la Universidad de la Sabana Erika Teresa Duque Bedoya. Ambas son especialistas en implementación de tecnología en aulas de aprendizaje y poseen conocimientos sobre la labor que se realiza en las plataformas de *e-learning* seleccionadas. Cada una de ellas tiene una visión distinta sobre la inclusión de tecnología en los procesos de aprendizaje y la alfabetización dentro de las plataformas estudiadas en esta investigación. Dicha diferenciación en sus perspectivas profesionales enriquecen este texto, ya que brindan información diferente y puntos de vista que contrastan sobre el mismo tema.

Se realizaron dos entrevistas por cuestiones de contacto con especialistas en el tema. Si bien la alfabetización digital ha cobrado protagonismo recientemente, el tema sigue siendo un escenario poco explorado. Por esta razón, se limitó la conversación con expertos a estas dos profesoras. Cabe resaltar también que si bien se contactaron a funcionarios de las plataformas no se pudieron concretar encuentros con ellos por razones legales en términos de que no pueden revelar información por cláusulas de confidencialidad de cada empresa.

7.3. Análisis de contenido cursos

Con el objetivo de identificar las buenas prácticas de las CVA en las plataformas de *e-learning* seleccionadas, se realizó un análisis de contenido con la hipótesis de que existen buenas prácticas en relación a la alfabetización digital en

las CVA que se van a estudiar. Estas prácticas permitirían la creación de una estrategia replicable para fomentar la alfabetización digital en otras plataformas.

Para ello se construyó una matriz sistemática de codificación en la que se reúnen los datos clave y criterios de selección que facilitan la identificación de dichas prácticas. Se analizaron 15 cursos en total, tres de cada plataforma, para consolidar las bases de la estrategia de alfabetización digital.

Este análisis permitió conocer el funcionamiento de este tipo de educación no formal, con miras a determinar herramientas y procesos que puedan ser replicables en otras CVA y así fortalecer el trabajo colaborativo y educativo de estas comunidades. Fue posible establecer patrones de buenas prácticas que serán el insumo fundamental en la creación de la estrategia de alfabetización digital.

8. Análisis de resultados

8.1. Encuesta a usuarios

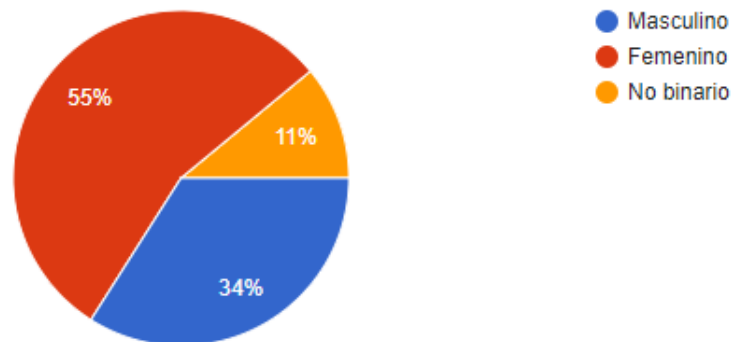
La encuesta se realizó entre el 19 de julio y el 5 de agosto. Se creó un formulario en Google Forms para que 100 personas respondieran 32 preguntas en relación a su experiencia tomando cursos, talleres y diplomados en plataformas de e-learning, qué son las comunidades virtuales de aprendizaje, qué es la alfabetización digital y cuáles son las buenas prácticas que ellos identificaron a través de su relación con dichas plataformas. Para ver las preguntas completas, por favor leer el anexo de “Encuesta a usuarios”.

Los resultados que se mostrarán a continuación son evidencia de la perspectiva de usuarios de las 5 plataformas analizadas y permitirán integrar el punto de vista de los usuarios en la generación de la primera aproximación de una estrategia de alfabetización digital.

Género

Elija su género

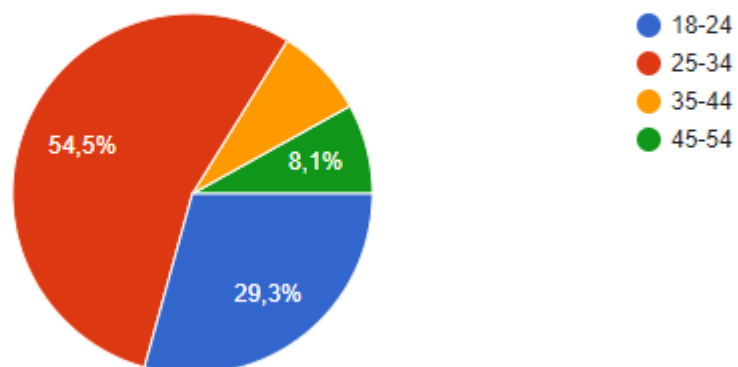
100 respuestas



Edad

Seleccione el rango de edad en el que se encuentra

99 respuestas

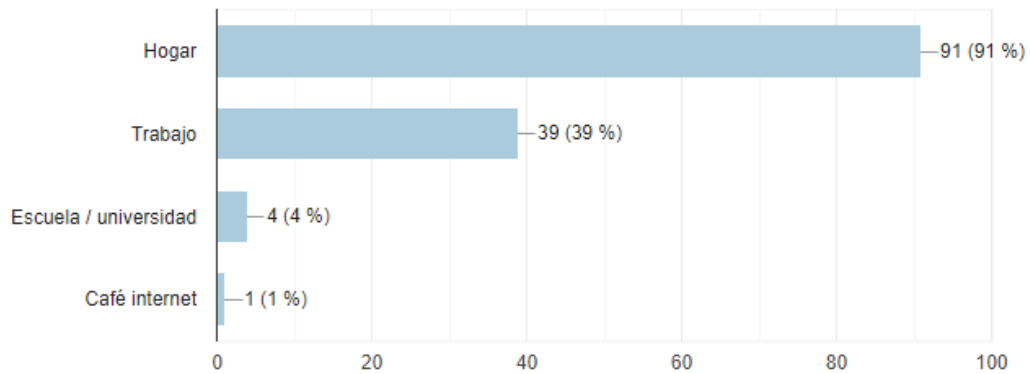


Acceso a internet

¿Desde qué lugar accede usualmente a internet?



100 respuestas

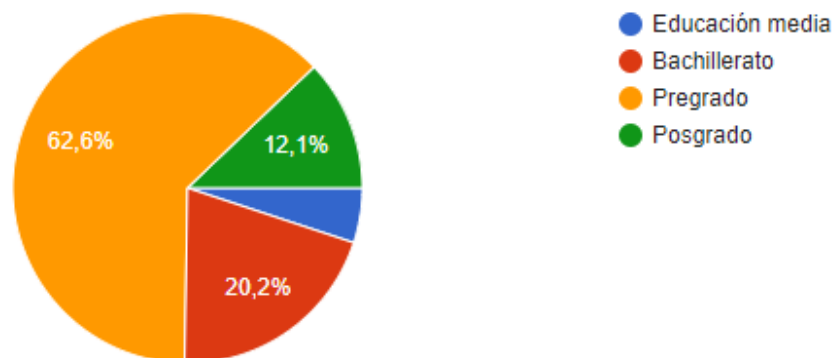


Es importante resaltar que el 91 % de los encuestados acceden a internet desde sus hogares. Esto se puede deber a la pandemia y evidencia que este espacio es el preferido para entrar a la web.

Escolaridad

¿Cuál es su nivel de estudios?

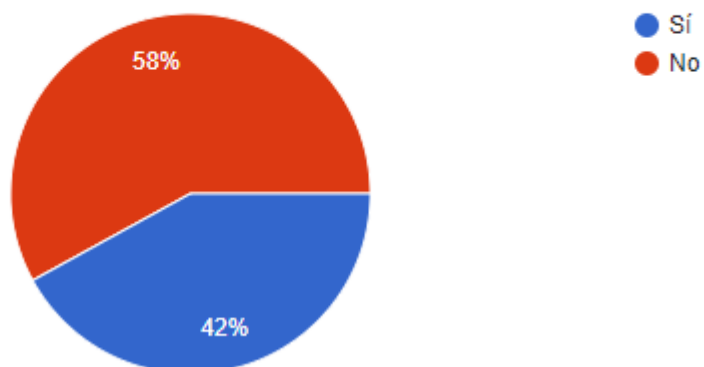
99 respuestas



Conocimiento sobre CVA

¿Sabe usted qué es una comunidad virtual de aprendizaje (CVA)?

100 respuestas

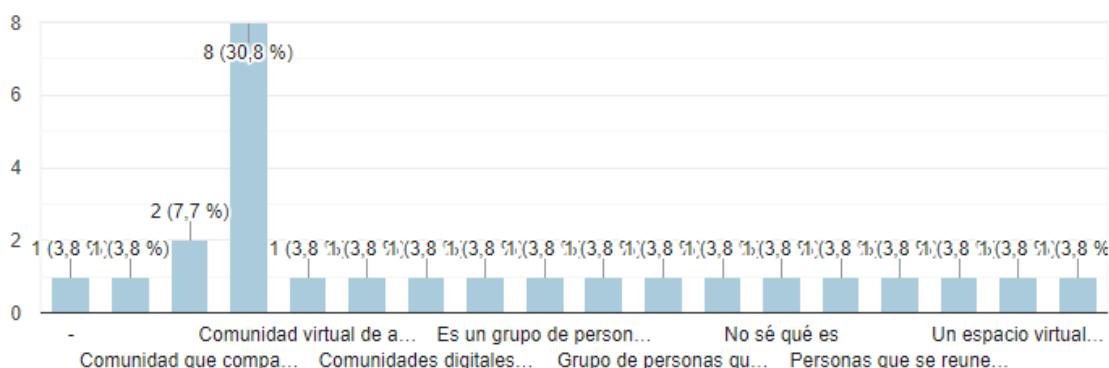


Estos porcentajes son indicativos de que la mayoría desconoce qué son las comunidades virtuales de aprendizaje, incluso cuando pertenecen a una. Al desconocer qué es una CVA, cómo funcionan y cómo los puede beneficiar se podría decir que este es un primer paso en la estrategia de alfabetización digital. Es fundamental difundir y explicar de qué se trata este tipo de comunidad virtual y cómo juegan un papel importante en la educación sobre uso consciente y eficiente de internet.

Explicación CVA

Por favor describa brevemente qué es una CVA

26 respuestas



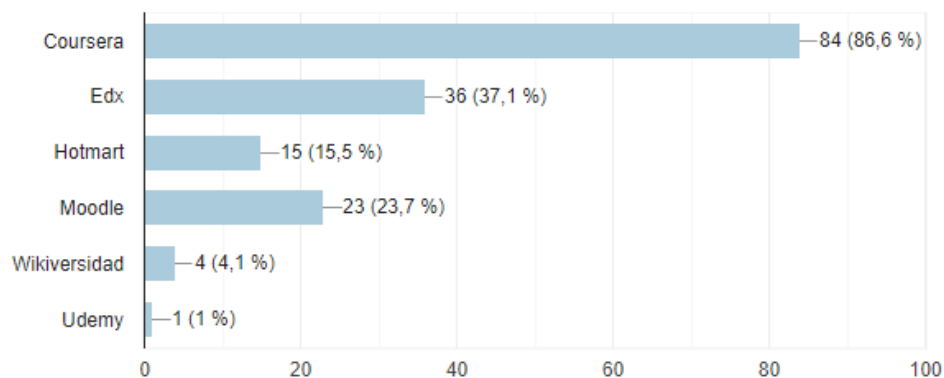
Esta fue una de las preguntas con menor número de respuestas. El resultado se puede deber al desconocimiento mayoritario sobre qué es una CVA y a que la pregunta era de carácter abierto. Las 26 respuestas tienen en común que son grupos que se reúnen a nivel

digital y que aprenden de forma conjunta.

Plataforma más utilizada

¿En cuál de las siguientes plataformas ha tomado cursos, talleres, diplomados, etc?

97 respuestas

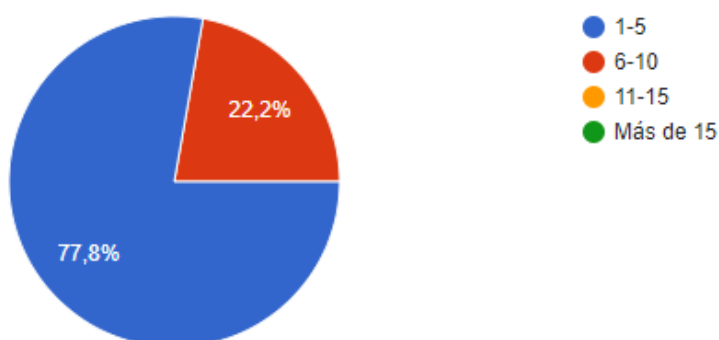


El 84 % de los encuestados ha tomado cursos en Coursera, lo que la posiciona en la primera posición. La segunda con mayor uso de frecuencia es Edx, le sigue Moodle, posteriormente Hotmart y finalmente Wikiversidad.

Cantidad de cursos

¿Cuántos cursos ha tomado en estas plataformas? Elija un rango

99 respuestas



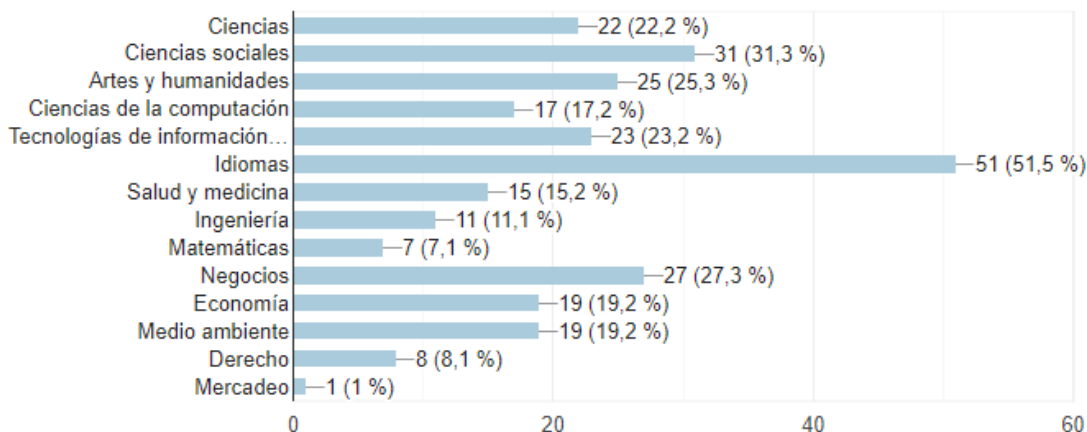
El promedio indica que el 77 % ha tomado entre 1 y 5 cursos en estas plataformas de e-learning.

Categoría cursos

¿Qué tipo de cursos ha tomado en estas plataformas?



99 respuestas

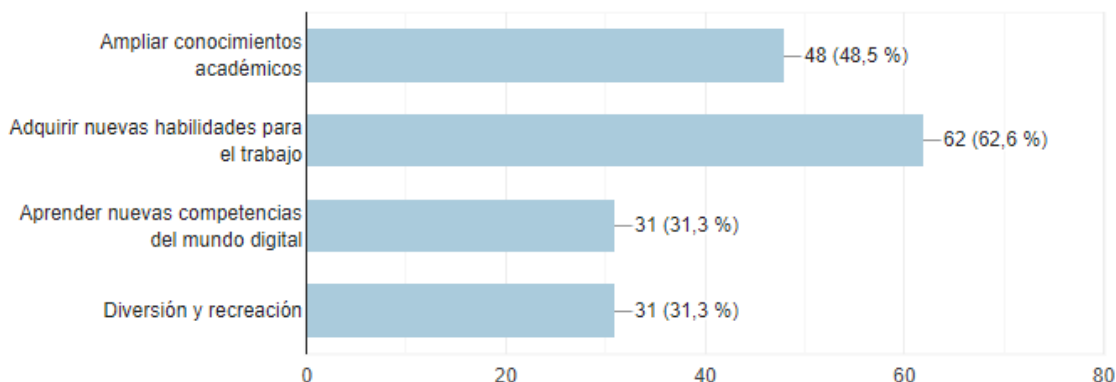


La tabla revela que el 51 % ha tomado cursos de idiomas. El resto de cifras se dividen entre ciencias, ciencias sociales, artes y humanidades, ciencias de la computación, tecnologías de la información, salud, ingeniería, matemáticas, negocios, economía, medio ambiente, derecho y mercadeo.

Motivación

¿Cuál era su motivación para realizar estos cursos?

99 respuestas

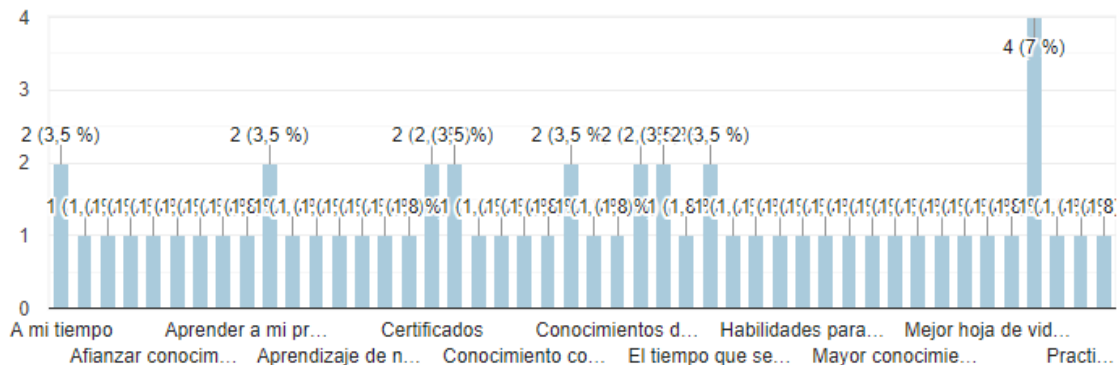


El 62 % de los encuestados tomó cursos en las plataformas para adquirir nuevas habilidades para el trabajo. Aunque 31 % reveló haber estudiado en estas plataformas para aprender competencias para el mundo digital, no es el común denominador. Esto podría significar que hay desconocimiento sobre la necesidad de la educación digital en términos de alfabetización.

Beneficios obtenidos

¿Qué ventajas obtuvo al capacitarse en estas plataformas digitales?

57 respuestas



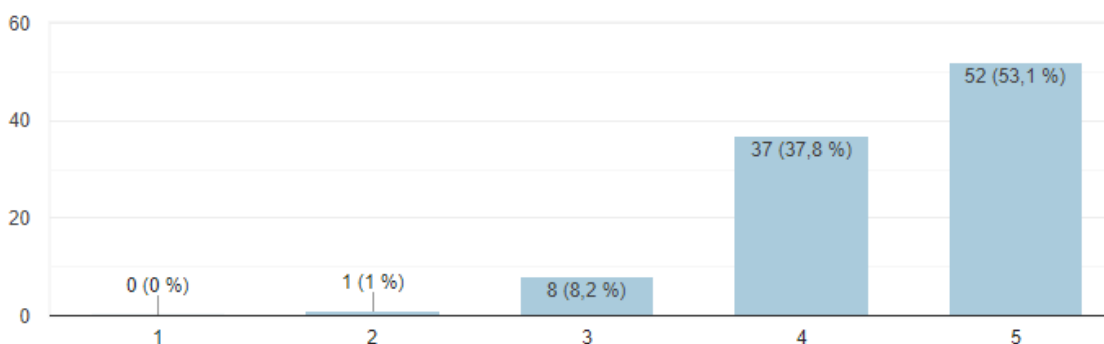
Se obtuvieron 57 respuestas con variedad de ventajas. La mayoría resaltó el haber aprendido una segunda lengua, haber obtenido certificados y diplomas y el haber aprendido nuevas cosas que les fueron útiles en el área académica y/o laboral.

Adaptabilidad

Califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual: Adaptabilidad a versión móvil



98 respuestas

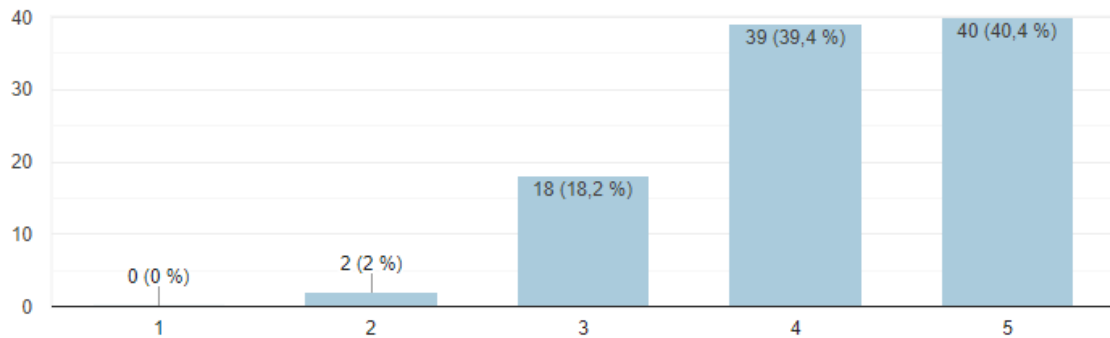


Se ha demostrado que el acceso a internet se da principalmente a través de dispositivos móviles como el celular. Lo que significa que los contenidos de las páginas web deben adaptarse eficientemente a estas pantallas, para que los usuarios puedan navegar sin problema. Para el 53% de los encuestados, esta característica es muy importante.

Descarga de contenidos

Califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual: Posibilidad de descargar contenidos

99 respuestas

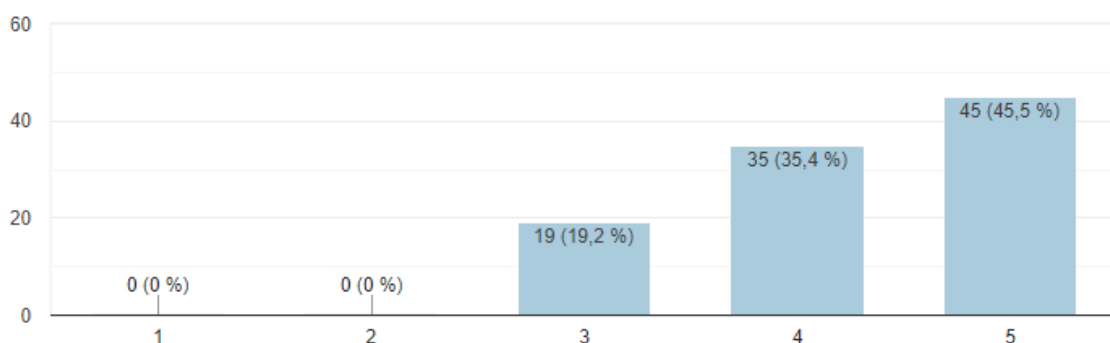


Poder descargar contenidos y consultarlos sin necesidad de estar conectado a internet o ingresar a la plataforma es relevante para que los estudiantes puedan acceder a la información sin problema. 40 % de los encuestados creen que esta posibilidad es importante.

Calificaciones y comentarios

Califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual: Oportunidad de calificar y comentar el contenido

99 respuestas

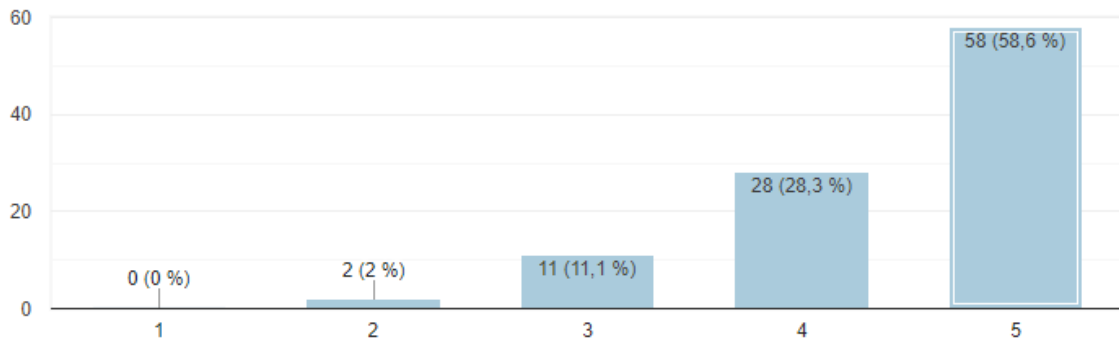


Dar a conocer la opinión sobre un producto o servicio y que más personas conozcan esta reseña es una de las grandes ventajas que se puede realizar hoy en día. 45 % de los encuestados considera que esta herramienta es importante.

Contenido gratuito

Califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual: Acceso a contenido gratuito

99 respuestas

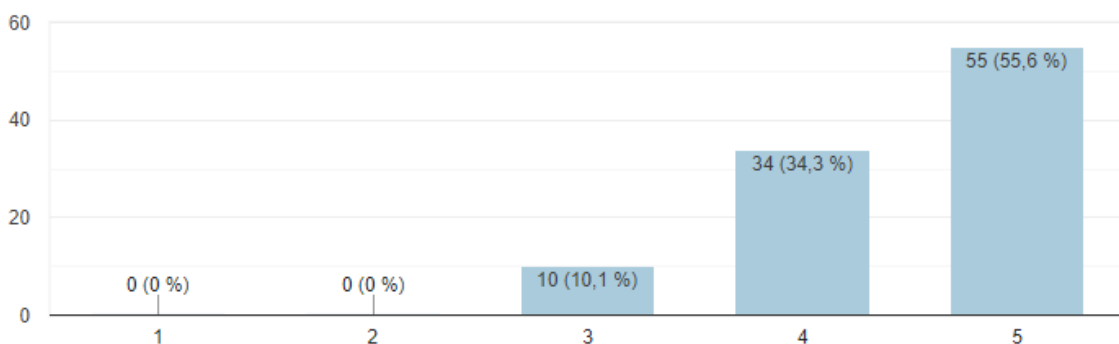


La democratización del acceso a información por medio de internet incluye la gratuidad del contenido. En la mayoría de plataformas los estudiantes pueden acceder al contenido y cursar los programas sin necesidad de hacer pagos. Estos se hacen necesarios si se quiere contar con el certificado. Para el 58 % de los encuestados el contenido gratuito es importante.

Autonomía

Califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual: Facilidad de avance de forma autónoma

99 respuestas



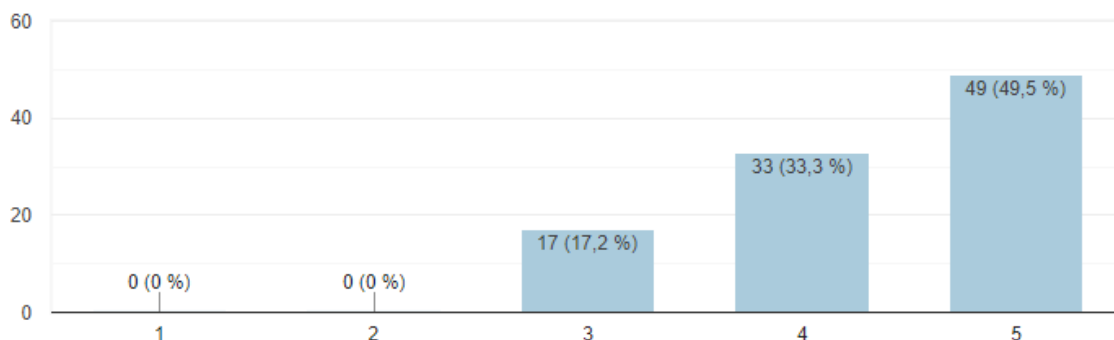
Una de las ventajas de estas plataformas es que los estudiantes deciden cómo cursar los programas, lo que les confiere mayor autonomía en el proceso de aprendizaje. Para el 55

% de los encuestados, la autonomía es importante.

Recursos educativos

Califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual: Acceso a recursos educativos como foros, tableros, guías interactivas, etc

99 respuestas

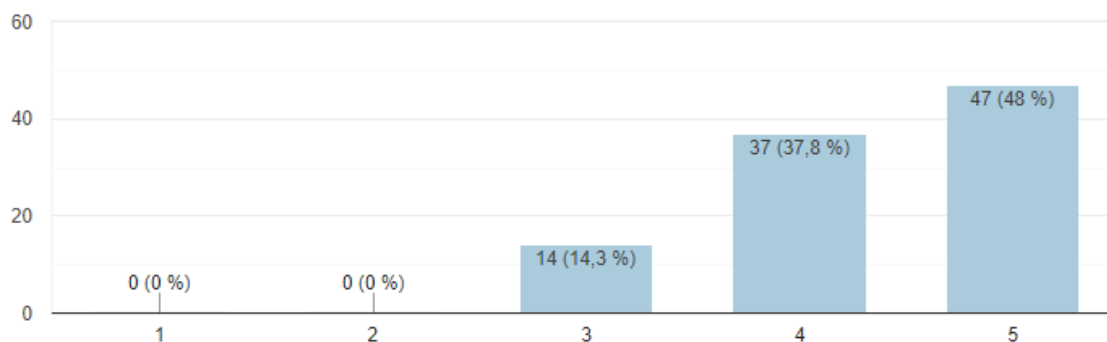


A diferencia de los currículos tradicionales, en las plataformas de e-learning los estudiantes pueden acceder e interactuar con múltiples herramientas como foros, guías interactivas, etc. Esto hace que el aprendizaje sea más dinámico y que se logre mayor atención por parte de los estudiantes. Para el 49 % de los encuestados, el acceso a estos recursos es importante.

Habilidades digitales

Califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual: Adquisición de habilidades necesarias para el mundo digital

98 respuestas

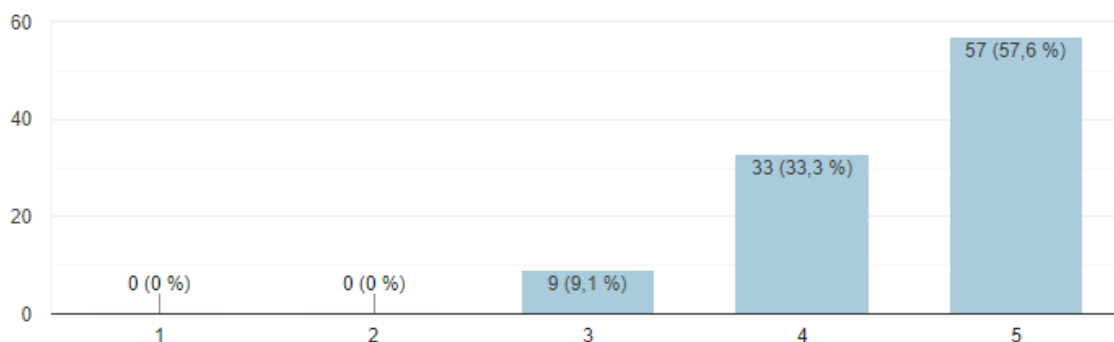


Como se ha discutido a lo largo del texto, la adquisición de habilidades y competencias digitales es importante en el proceso de alfabetización. 47 % de los encuestados cree que esta posibilidad es importante.

Navegación

Califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual: Navegación sencilla e intuitiva

99 respuestas

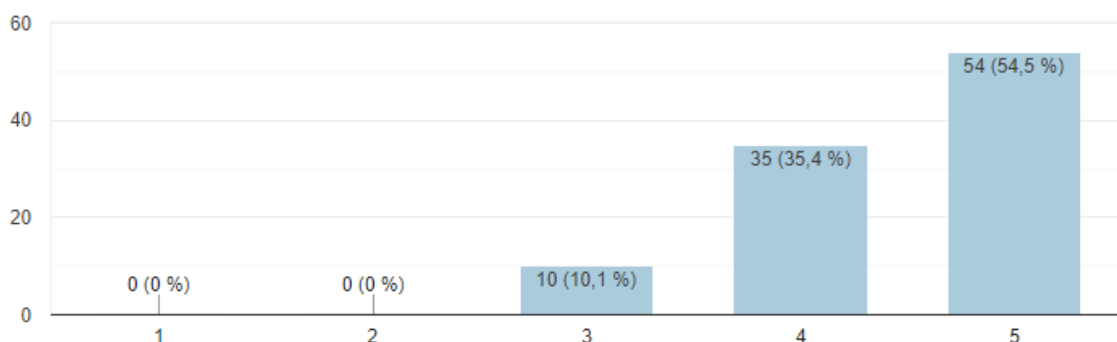


Poder navegar a lo largo de las plataformas es clave para que los usuarios accedan rápido y sencillo a los contenidos. Esto mejora la experiencia de usuario. El 57 % considera que la navegación es importante.

Variedad oferta

Califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual: Acceso a una oferta de cursos variada

99 respuestas



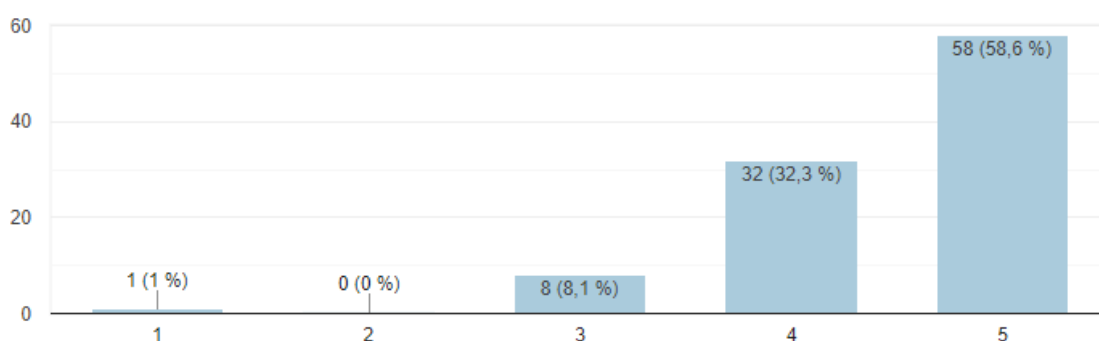
Aprender no se tiene que dar en una sola área de conocimiento; además, la multiplicidad

de profesiones y oficios en el planeta obligan a que se aborden distintos temas. Así que una oferta amplia y variada que contenga contenido para distintos perfiles de usuarios es fundamental en el éxito de estas plataformas, el 54 % de los encuestados considera que esto es importante.

Escogencia

Califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual: Posibilidad de escoger qué curso o taller hacer

99 respuestas

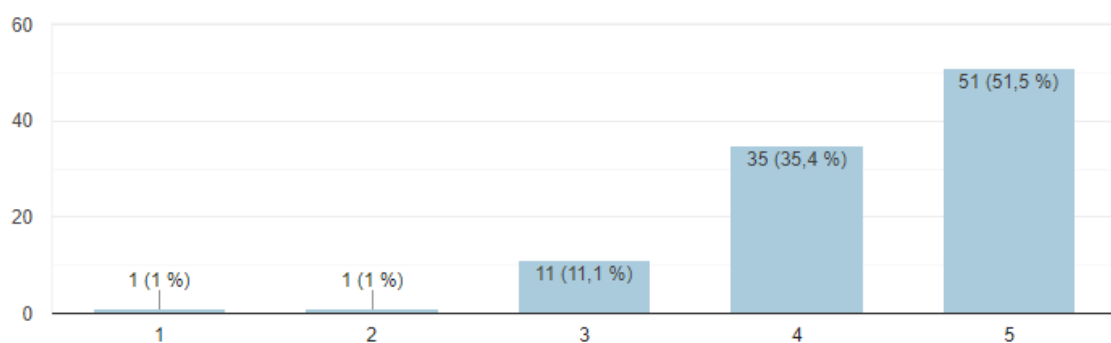


Poder seleccionar qué estudiar es una de las buenas prácticas que se destaca en el marco teórico. El interés y la motivación son claves para que el proceso de aprendizaje sea eficiente. Para el 58 % de los encuestados la escogencia libre es importante.

Certificados

Califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual: Obtención de diplomas y certificados

99 respuestas

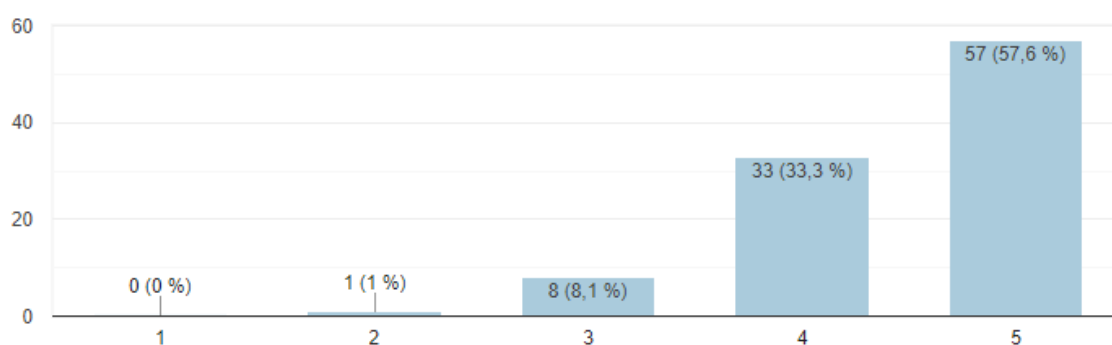


Una de las ventajas de este tipo de educación no formal es que se pueden obtener diplomas y certificados que respalden las habilidades adquiridas y los conocimientos estudiados, Para el 51 % de los encuestados la obtención de dicho documento es importante.

Crecimiento profesional y personal

Califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual: Oportunidad de crecer personal y profesionalmente

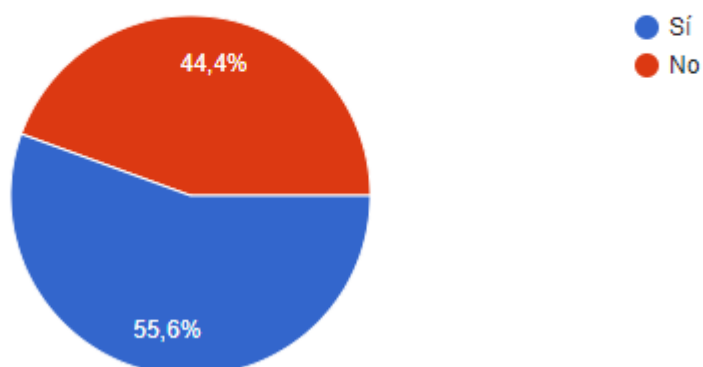
99 respuestas



Como se pudo ver en la pregunta sobre la motivación para educarse en estas plataformas, la adquisición de habilidades para el trabajo es la que mayor porcentaje de selección obtuvo. En este sentido, el 57 % considera que el crecimiento personal y profesional es importante.

¿Sabe usted qué es la alfabetización digital?

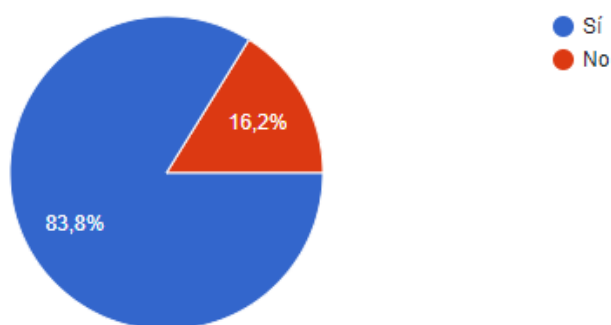
99 respuestas



El 56 % de los encuestados saben qué es este concepto. Sin embargo, el 44 % desconocen de qué se trata. Lo que significa que es fundamental difundir este concepto para poder implementar una estrategia con base en él.

Teniendo en cuenta que la alfabetización digital es la capacidad de localizar, analizar, organizar, entender y evaluar información utilizando tecnologías digitales, ¿considera usted que es una persona digitalmente alfabetizada?

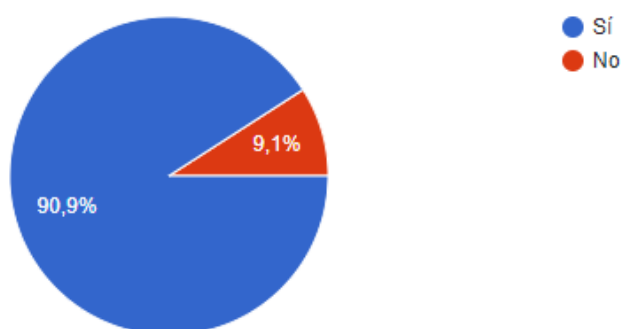
99 respuestas



Una vez se define qué es alfabetización digital el 83 % de los encuestados se identifica como tal. Sin embargo, hay un 16 % que no considera poseer las capacidades descritas en el enunciado.

¿Considera usted que las plataformas digitales donde ha tomado cursos fomentan que los usuarios adquieran habilidades para el mundo digital?

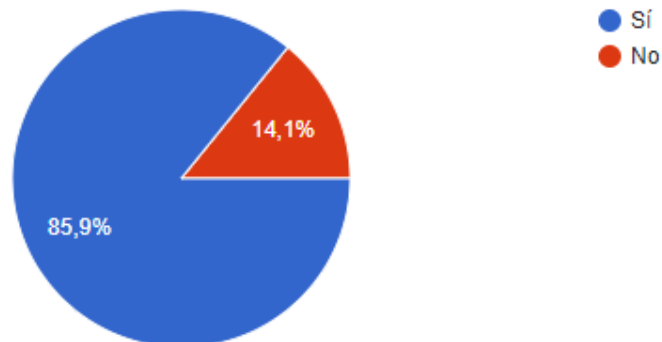
99 respuestas



Más del 90 % de los encuestados considera que las plataformas estudiadas fomentan la alfabetización digital. No obstante, el 9 % no lo cree. Esto puede significar que hay espacio para mejora e inclusión de más procesos de alfabetización.

¿Cree usted que los cursos que tomó en las plataformas digitales le han servido para alfabetizarse digitalmente?

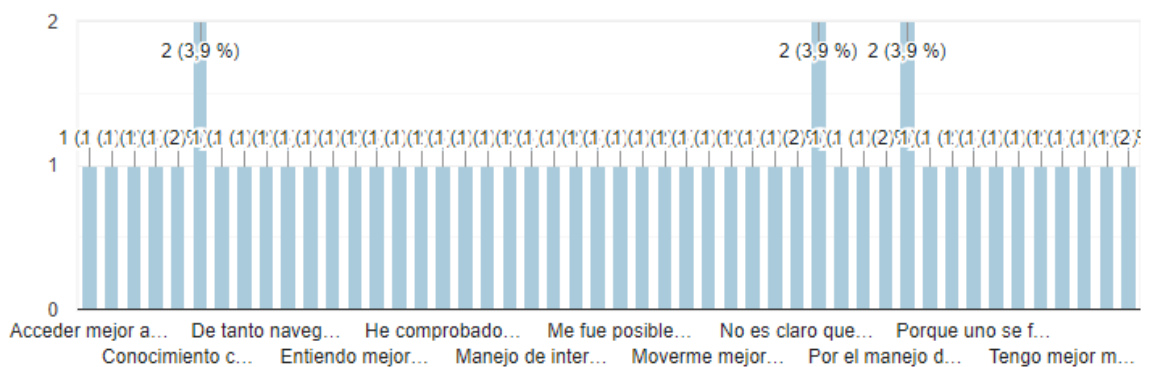
99 respuestas



Más del 85 % de los encuestados considera que los cursos que han tomado les han permitido alfabetizarse digitalmente. No obstante, el 14 % no cree que este tipo de educación les haya brindado las herramientas necesarias para alfabetizarse.

Describa brevemente por qué le han o no ayudado estas plataformas a alfabetizarse digitalmente

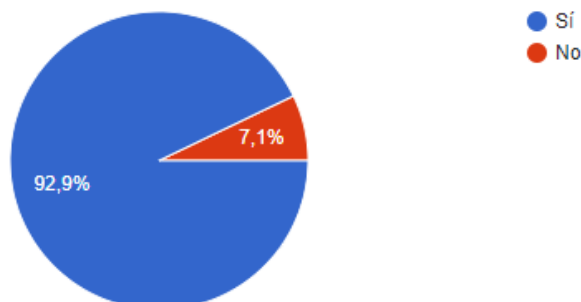
51 respuestas



En esta pregunta abierta se obtuvieron 51 respuestas. De estas, la mayoría describe haber obtenido ventajas como aprender a usar internet de mejor forma, a navegar y usar diferentes plataformas, entender el funcionamiento de negocios en internet y el uso eficiente de plataformas educativas. No obstante, también hubo comentarios relacionados a la falta de enfoque de alfabetización en relación con las temáticas que se abordan en los cursos.

Teniendo en cuenta que una buena práctica es un procedimiento con buen funcionamiento y buenos resultados, ¿cree usted que las plataformas digitales donde usted ha tomado cursos tienen buenas prácticas?

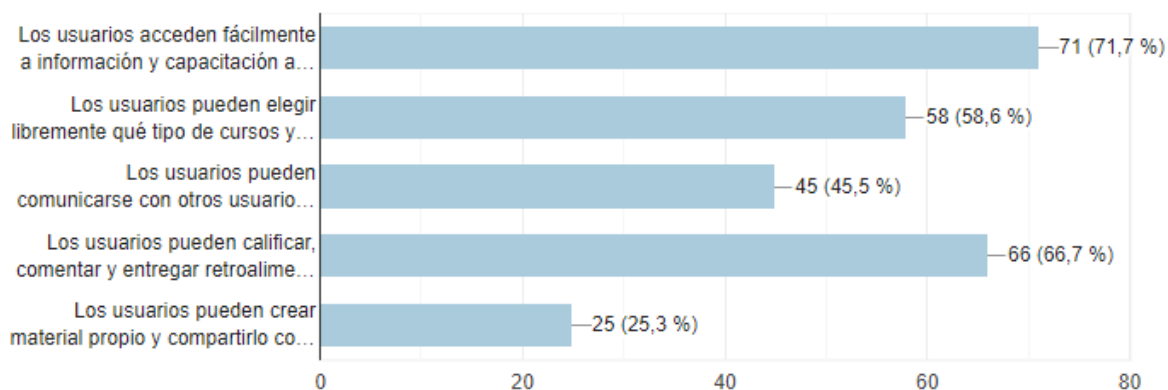
98 respuestas



El 92 % de los encuestados considera que al interior de las plataformas digitales estudiadas hay buenas prácticas pues existen protocolos de funcionamiento y se obtienen buenos resultados. Sin embargo, 7 % considera que no es así. Esto abre la oportunidad a la implementación de mejoras.

Seleccione las buenas prácticas que usted identificó para los usuarios en la o las plataformas digitales.

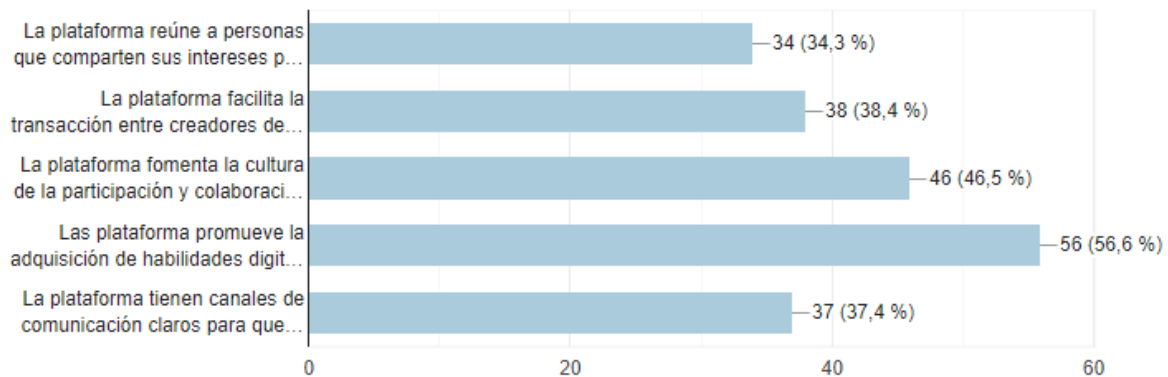
99 respuestas



De las 5 opciones que se entregaron para la selección de los encuestados, la que mayor puntuación obtuvo fue que los usuarios puedan acceder con mayor facilidad a información de su interés a través de los cursos y las plataformas. Cabe resaltar que a pesar del porcentaje de selección, todas las prácticas fueron seleccionadas por diferentes usuarios.

Seleccione las buenas prácticas que usted identificó en la o las plataformas digitales que ha utilizado.

99 respuestas



La práctica con mayor selección fue la promoción de adquisición de habilidades digitales en las plataformas estudiadas. Al igual que en la pregunta anterior, todas las prácticas fueron seleccionadas y esto es evidencia de que son prácticas necesarias para la formación de comunidades virtuales de aprendizaje y con ello la alfabetización digital.

8.2 Entrevista a expertos

Entrevista 1 a Sandra Milena Ortiz Laverde, docente investigadora del departamento de derecho de las telecomunicaciones en la Universidad Externado. Especialista en regulación y competencia.

Sobre comunidades virtuales de aprendizaje (CVA)

1. ¿Cómo define usted una comunidad virtual de aprendizaje?

SMOL: espacios donde las personas de manera virtual pueden trabajar en contenidos que han creado diferentes personas. Son espacios de creación de doble vía, en donde hay un tutor y una comunidad de estudiantes. A través de diferentes metodologías que se plantean y establecen en la comunidad para presentar o realizar trabajos, profundizar espacios de discusión, etc. Por ejemplo, con Moodle se generan espacios de debates con tiempos de interacción para fomentar la participación y el tema que se postula por parte del tutor.

2. Teniendo en cuenta que una comunidad virtual de aprendizaje (CVA) es “la agrupación de personas que se organiza para construir e involucrarse en un proyecto educativo y cultural propio, y que aprende a través del trabajo cooperativo y

solidario [en un entorno digital]" (Sallán, 2016, p. 44), ¿considera que las plataformas como Hotmart, EDX, Coursera, Crehana, Domestika, etc., son CVAs? ¿Por qué?

SMOL: Mi experiencia personal he trabajado en las comunidades virtuales de aprendizaje que tiene la universidad y las comunidades que se enmarcan en cursos que he dictado, por ejemplo, con la OIT. Una de las más conocidas es Coursera en donde se fomenta el trabajo colaborativo.

3. ¿Cree usted que las CVA juegan un papel importante en el proceso de alfabetización digital? ¿Por qué?

SMOL: Yo creo que sí es importante, no solamente porque ha permitido que más personas puedan acceder al conocimiento. Sin embargo, sí debe haber una capacitación de que estos son entornos educativos que le pueden servir a todas las personas para mejorar sus habilidades. Creo que primero debe haber una apropiación de la tecnología y cómo ella permite llegar a este tipo de instrumentos que permiten cerrar la brecha digital cuyo uno de sus componentes es la alfabetización.

Sobre alfabetización digital

4. ¿Qué es alfabetización digital?

Saber utilizar internet de una forma consciente teniendo en cuenta las dinámicas sociales que tienen lugar en la virtualidad.

5. ¿A cargo de quién o qué institución debe estar el proceso de alfabetización digital?

SMOL: Es un carácter transversal, entonces la estrategia debe ir de la mano del Ministerio de Tecnologías y el Ministerio de Educación. Otros pueden ser el SENA, que es uno de los grandes sectores. Entonces yo creo que estas tres organizaciones pueden crear una estrategia y priorizar el tipo de conocimientos necesarios para la alfabetización.

6. ¿Cuáles son las estrategias para cerrar la brecha digital?

SMOL: Hay brecha general y brecha de género. Entonces debe haber políticas orientadas no solo a las tecnologías, sino a que las mujeres tengan acceso y que conozcan las ventajas de acceder a este tipo de tecnologías. Las estrategias deben ir de la mano de la política pública y la articulación del sector privado, así como de otros agentes, que puedan contribuir a estos programas de alfabetización digital. Cabe resaltar que es importante siempre tener un enfoque de género.

7. ¿Cómo pueden las comunidades virtuales de aprendizaje ayudar a cerrar esa brecha?

SMOL: Lo que se tiene que buscar es una articulación con el sector privado para generar esos campos de conexión y promover la alfabetización a través de las comunidades. Es decir, organizaciones muy bien fundamentadas que promuevan las plataformas. Así la responsabilidad no es solo del Estado, sino del sector privado y de la misma academia para que se generen ese tipo de sinergias y se promueva ese tipo de cierres. Es decir, que la educación no sólo sea formal sino que se puedan usar este tipo de herramientas para la alfabetización.

8. ¿Cómo promover la alfabetización digital en plataformas de aprendizaje virtual?

SMOL: debe haber una gran capacitación y apropiación de la tecnología por parte de quien imparte ese tipo de programas. Concretamente, se tiene que capacitar a un buen grupo de docentes para generar estos entornos virtuales y dictar ese tipo de programas. Luego de la capacitación es necesario divulgar el conocimiento, pues hay muchos tipos de agentes que intervienen en este tipo de procesos y que esto lleve a la identificación del segmento poblacional en donde se va hacer la alfabetización. Habrá orientaciones para niños, adultos mayores, etc.

Sobre el uso de tecnologías digitales en la educación

9. ¿Por qué cree usted que la integración de las tecnologías digitales se ha convertido en una necesidad para el proceso de enseñanza y aprendizaje?

SMOL: la pandemia evidenció que es un elemento fundamental para este proceso, pues no es solo tener el aparato electrónico sino saber usarlo. Esto va atado a contar con la infraestructura, tener el dispositivo y saber usarlo. Lo anterior permite tener contacto con los demás, el proceso educativo y el ejercicio de los derechos fundamentales. Las tecnologías son fundamentales en distintos segmentos poblaciones y en las mujeres.

10. ¿Considera usted que las plataformas de educación virtual no formal que albergan CVA cuentan con todas las herramientas necesarias para fomentar la alfabetización digital? ¿Por qué?

SMOL: a través de este tipo de contenidos, el interés de la persona y lo que quiera desarrollar, estas plataformas sí permiten la alfabetización. Por medio de las certificaciones se contribuye a la generación de programas de educación formal, entonces sí contribuyen y son una herramienta útil.

11. ¿Cuál cree usted que es el factor de éxito de este tipo de plataformas de educación no formal?

SMOL: La divulgación y la pertinencia de los temas. No responden solamente a problemas locales sino que responden a inquietudes globales. La riqueza de este tipo de entornos digitales radica en la interacción con más personas y así atender a cuestiones internacionales.

Sobre los estudiantes

12. ¿Quiénes deberían alfabetizarse digitalmente?

SMOL: no hay ningún tipo de restricción. Todos debemos tener ese tipo de conocimiento y contribuir a este tipo de entornos.

13. ¿Por qué es importante que las personas sean alfabetas digitalmente?

SMOL: si no se tienen ciertos conocimientos, te vas segregando, se generan procesos de exclusión. Se debe buscar que más personas se involucren en este tipo de plataformas.

14. En las plataformas de educación virtual no formal que albergan CVA, ¿qué tipo de cursos se deberían ofrecer para apoyar ese proceso?

SMOL: sensibilización, uso y apropiación de tecnologías y finalmente temáticas que respondan a las necesidades de los grupos poblacionales.

15. ¿Qué ventajas y desventajas experimentan las personas que se educan de forma virtual?

SMOL: todo depende del diseño. El problema que se puede encontrar en estos entornos es que es autoaprendizaje y puede hacer falta la retroalimentación del otro agente. Siempre se tiene que considerar la retroalimentación de un ser humano que guíe el proceso. Para de esta forma garantizar la consecución de la certificación.

Sobre buenas prácticas

16. La Web 2.0 ha permitido que los usuarios puedan crear, comentar, compartir y difundir contenido en Internet, ¿qué tan importante es que los usuarios sepan realizar estas acciones?

SMOL: es vital porque siempre se ha entendido que en internet tú no solo recepcionas información sino que también la generas. Es importante capacitar sobre el rol de creador de contenido, cómo lo debe hacer y bajo qué parámetros.

17. Teniendo en cuenta que una buena práctica es un procedimiento con buen funcionamiento y buenos resultados, ¿cuáles cree usted que son las buenas prácticas que las plataformas de educación virtual no formal deben promover?

SMOL: primero, contenido de buena calidad. Segundo, canales de retroalimentación, frente a inquietudes que los prosumidores puedan tener. Tercero, además del contenido asincrónico se debe promover sesiones en vivo para promover la interacción.

18. De la siguiente lista, ¿cuáles prácticas son relevantes para el proceso de alfabetización digital dentro de las plataformas de educación virtual no formal?

A. La plataforma permite la reunión de personas que comparten sus intereses por educarse (2)

B. La plataforma facilita la transacción entre creadores de contenido y usuarios (4)

C. La plataforma fomenta la cultura de la participación y colaboración a través de herramientas como blogs, foros de discusión, etc (3)

D. La plataforma promueve la adquisición de habilidades digitales a través de la oferta de cursos (1)

E. La plataforma tienen canales de comunicación claros para que estudiantes, profesores e instructores se puedan comunicar fácilmente (5)

22. ¿Qué propondría para la creación de una estrategia de alfabetización digital basada en la generación y gestión de contenidos digitales?

SMOL: entender cómo se puede generar contenido. Estudiar el rol del regulador para determinar qué es un contenido digital y qué vinculación tiene con las comunidades virtuales de aprendizaje. Posteriormente, se debe identificar qué tipo de comunidades virtuales de aprendizaje necesita el país para el desarrollo de habilidades digitales. Por ejemplo, cursos de marketing digital, lenguajes de programación, empleabilidad, etc.

Análisis de la entrevista 1

La experta coincide con las definiciones de CVA y alfabetización digital esbozadas en el marco teórico de este texto. Desde su perspectiva y experiencia profesional, las plataformas de e-learning que albergan este tipo de grupos, son clave en el desarrollo y capacitación de habilidades digitales. Gracias a su testimonio, fue posible establecer que la apropiación de la tecnología es fundamental tanto por parte de quienes generan y gestionan el contenido como por parte de quienes lo consumen. Esto quiere decir que a la hora de hablar de cerrar la

brecha digital, no solo se debe tener en cuenta la conectividad y la capacitación, sino que es pieza clave también fomentar la apropiación de los programas y los dispositivos en sí.

En este trabajo se aborda una perspectiva de educación no formal por parte del sector privado, pues estas plataformas de e-learning fueron creadas y gestionadas como empresas. Sin embargo, la experta resalta el rol que las instituciones públicas y estatales juegan al momento de crear una estrategia de alfabetización digital conjunta. La responsabilidad no puede recaer en un solo sector, por el contrario, el trabajo debe ser mancomunado para así tener un mayor despliegue y divulgación. Por otro lado, la experta trajo a colación una perspectiva que no se había tenido en cuenta en esta investigación. La educación, incluyendo la alfabetización digital, debe contar con un enfoque de género. Pues la brecha entre hombres y mujeres dificulta que las últimas accedan a internet y sus ventajas. Este es un punto clave al momento de la formulación de cualquier estrategia.

La experta resalta también la necesidad de crear comunidades virtuales de aprendizaje partiendo de dos puntos. Primero, cuáles son las comunidades que el país requiere. Esto facilitará una alianza entre diferentes sectores y una estrategia con objetivos mejor establecidos. Segundo, dichas comunidades deben tener una segmentación poblacional clara, de forma que responda a sus requerimientos. Como se vio en el marco teórico, la alfabetización digital no tiene restricción por ningún tipo de condición social. Todos los ciudadanos deberían estar capacitados en este tema, pues como lo resalta la experta, el no conocer ni poseer este conjunto de habilidades genera procesos de exclusión a través de la segregación entre quienes saben y quien no. La experta resalta el carácter vital de desarrollar y promover la adquisición de capacidades digitales, pues son parte de la vida actual.

Finalmente, con esta entrevista se pudo evidenciar que cualquier estrategia que se genere debe partir de ciertas prácticas, pero que estas se deben adaptar a las diferentes condiciones de las comunidades virtuales de aprendizaje en construcción. Las respuestas obtenidas por medio de este encuentro abre la posibilidad a generar plataformas de nicho para segmentos específicos. El carácter de las 5 plataformas estudiadas es internacional y no se concentra en lo local. Si bien es fundamental que se tenga acceso a información y contenido de este tipo, la experta sugiere que puede haber espacio para crear plataformas similares pero con enfoques mucho más específicos y concentrados.

Entrevista 2 a Erika Teresa Duque Bedoya profesora docente de planta del Centro de Tecnologías para la Academia (CTA) de la Universidad de la Sabana

Nota: esta entrevista no siguió el formulario planteado. Se realizará un resumen de la conversación sostenida con la docente Duque.

Alfabetización digital: para acceder a procesos de alfabetización digital es necesario contar con una “lógica” ética e informacional en relación a la usabilidad de la tecnología. Cómo funcionan e interactúan los sistemas digitales. Adicional a la lógica, se debe tener un conocimiento previo de cómo y dónde usar la tecnología con respecto al acceso a la información. La alfabetización digital es fundamental porque el mundo físico, como los trámites de la salud, se han trasladado al mundo digital.

A cargo de quién debe estar: la alfabetización digital debería hacer parte del currículo de las escuelas y colegios. Además, los padres de familia tienen un papel preponderante, pues ellos deciden qué tipo de tecnología usarán sus hijos y cómo lo harán. El primer acercamiento debería darse en casa y luego debería haber una integración ética en comunidad en la escuela. Por otro lado, el Gobierno tiene la responsabilidad de facilitar el acceso a las TIC.

Comunidades virtuales: en el sentido de ayuda para disminuir la brecha digital aportan el componente social sobre para qué y cómo usar el mundo digital. Dentro de estas se generan dinámicas alrededor del conocimiento que sirven para reforzar el intercambio de experiencias que enriquecen el aprendizaje de todos los miembros.

Promoción de alfabetización digital en plataformas de e-learning: una persona que vaya a comenzar un proceso de alfabetización tiene que estar familiarizado con la plataforma en donde lo va a hacer. Entonces, se debe enseñar a la gente a utilizar ese tipo de entornos. Sin embargo, debe haber un componente de libertad y autonomía en cuanto a la alfabetización, pues no toda la tecnología es para todo el mundo. Además, se debe resaltar la utilidad de aprender del mundo virtual. En la medida en que haya una comunidad virtual de aprendizaje y un contenido que responda a los intereses de los miembros se pueden fortalecer las dinámicas de aprendizaje.

Integración de la tecnología en los procesos de enseñanza y aprendizaje: en

la educación los seres humanos poseen la formabilidad y depende de ellos la motivación en el proceso. En ese sentido, la tecnología digital no es pieza fundamental en el proceso. Es una herramienta que ayuda a formar a individuos y facilitar material que complementa la pedagogía de las aulas. Esto no significa que la tecnología sea negativa, por el contrario, es una forma de acceder y participar en la sociedad del conocimiento. Lo que los profesores deben preguntarse es: ¿cómo utilizar la tecnología a mi favor sin que se convierta en un obstáculo?

Plataformas de e-learning y alfabetización digital: estas plataformas no cuentan con todas las herramientas necesarias para capacitar en esta área, pues no es su área de negocio. Si bien se centran en la oferta de cursos digitales, eso no es sinónimo necesariamente de que estén capacitadas para alfabetizar.

Factor de éxito de las plataformas e-learning: cada persona puede estudiar a su propio ritmo y no necesariamente alguien debe monitorear el proceso. Además, ofrece contenido especializado que aborda temáticas específicas.

Todo el mundo debería alfabetizarse: la sociedad se está digitalizando diariamente, por lo que todos los ciudadanos deberían adquirir dichas habilidades. Si bien las necesidades de uso cambian, se debe tener en cuenta que las dinámicas digitales son parte fundamental del mundo actual.

Por qué se debería ser alfabetizado digital: por un lado, es una forma de acceder a la sociedad y a la democracia. Las redes sociales han facilitado que una idea individual se convierta en una conversación que termina influyendo en la toma de decisiones del Estado y el Gobierno.

Desventajas y ventajas de la educación virtual: por un lado, al educarme desde casa, estoy en un ambiente controlado por mí en donde tengo más libertad; depende de la conectividad. Por otro lado, el nivel de concentración puede convertirse en un arma de doble filo en el estudio virtual.

Análisis de la entrevista 2

La experiencia profesional de la experta tiene un gran componente de humanidad como elemento clave en la sociedad. Ella resalta que se debe dejar de lado la instrumentalidad en cuanto al uso y al análisis de la tecnología. En ese sentido, su aproximación se da más desde la comprensión de que las sociedades y

sus diferentes personas deben seguir siendo dirigidas por personas. A diferencia de la primera experta, si bien la tecnología juega un papel clave, se debe tener en cuenta la pedagogía humanística en la construcción de comunidades virtuales de aprendizaje y en las plataformas que las albergan.

En cuanto a la alfabetización digital, la experta de esta entrevista resalta la “lógica” previa que se debe tener en cuenta al momento de iniciar un proceso de este tipo. En este punto ambas docentes coinciden en que es necesaria la sensibilización del segmento poblacional en relación a los dispositivos y plataformas que utilizarán. En este punto también hace énfasis en el rol de la familia en la usabilidad de dispositivos y en el valor ético que rige dicha utilización. Esto se alinea con las capacidades críticas y analíticas que se deben desarrollar para poder hacer uso eficiente en la generación y gestión de contenido en internet.

Otro aspecto a resaltar es la toma de decisiones y la libertad con que cada persona elige hacer parte de los procesos de alfabetización. La experta hacía especial énfasis en el hecho de que no toda la tecnología es para todo el mundo ni todo el mundo debe usar toda la tecnología. Un aspecto es saber utilizarla para ser parte de la sociedad y otra tener que usarla. En este sentido, todo el mundo debería estar alfabetizado siempre y cuando sea una decisión libre y autónoma que permita el acceso a la participación en sociedad.

8.3 Análisis de contenido

1. Objetivos específicos

Analizar la generación y gestión de contenido en las plataformas a estudiar.
Identificar las buenas prácticas de las CVA.

2. Hipótesis

Existen buenas prácticas en relación a la alfabetización digital en las CVA que se van a analizar. Estas prácticas permitirán la creación de una estrategia replicable para fomentar la alfabetización digital en otras plataformas.

3. Muestra

Cursos seleccionados

Plataforma	Nombre del curso	Link
Coursera	Alfabetização Midiática, Informacional e Diálogo Intercultural - UNESCO e UNICAMP	https://es.coursera.org/learn/alfabetizacao-midiatica
	Formación docente basada en la práctica para desarrollar habilidades del siglo XXI	https://es.coursera.org/learn/formacion-docente-habilidades-siglo-veintiuno
	La formación del pensamiento crítico en la era digital	https://es.coursera.org/learn/formacion-pensamiento-critico
EDX	Herramientas TIC para la educación	https://www.edx.org/es/professional-certificate/upvalenciav-herramientas-tic-para-la-educacion?index=spanish_product&queryID=7cf8e3efbee389930649841030fe14bb&position=1
	e-Learning: crea actividades y contenidos para la enseñanza virtual	https://www.edx.org/es/micromasters/galileox-e-learning-crea-actividades-y-contenidos-para-la-ensenanza-virtual?index=spanish_product&queryID=7cf8e3efbee389930649841030fe14bb&position=3
	Competencias digitales para la enseñanza mediada por tecnología	https://www.edx.org/es/course/competencias-digitales-para-la-ensenanza-mediada-por-tecnologia?index=spanish_product&queryID=180e3c18a60396c675bfb2e023d6200a&position=8
Hotmart	Taller Online: Profesional Digital	https://www.hotmart.com/product/taller-online-profesional-digital/I24252589A?sck=HOTMART_SITE
	HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA EDUCACIÓN	https://www.hotmart.com/product/herramientas-tecnologicas-para-la-educacion/J44365390N?sck=HOTMART_SITE

	GESTIONA EN DIGITAL	https://www.hotmart.com/product/gestiona-en-digital/C23869241W?sck=HOTMART_SITE
Moodle	Gestionando un sitio Moodle	https://docs.moodle.org/all/es/Tabla_de_Contenidos#Gestionando_un_sitio_Moodle
	Herramientas para desarrolladores	https://docs.moodle.org/all/es/Tabla_de_Contenidos#Herramientas_para_desarrolladores
	Gestionando contenido	https://docs.moodle.org/all/es/Tabla_de_Contenidos#Gestionando_contenido
Wikiversidad	Formación docente en capacidades digitales	https://es.wikiversity.org/wiki/Formacion_docente_en_capacidades_digitales
	Aprendizaje colaborativo en red/¿Qué son las competencias digitales?	https://es.wikiversity.org/wiki/Aprendizaje_colaborativo_en_red/%C2%BFQu%C3%A9_son_las_competencias_digitales%3F
	Pensamiento pedagógico Progresista	https://es.wikiversity.org/wiki/Pensamiento_pedagogico_Progresista

4. Sistema de codificación

[Ver tabla con los hallazgos](#)

5. Análisis

A través del análisis de contenido fue posible determinar patrones en la generación y gestión de contenidos digitales educativos para comunidades virtuales de aprendizaje que se reúnen en plataformas de e-learning. Estos patrones se centran en la autonomía del estudiante, la adquisición de habilidades digitales por medio de la oferta de cursos (específicamente los 15 cursos analizados), la

transacción entre generadores de contenido y usuarios, el intercambio entre pares, la opción de difundir y comentar, la posibilidad de generar contenido y la sistematización de información.

En este análisis de resultados se hará evidente que estas cinco plataformas se subdividen en dos tipos, de acuerdo con las opciones que los usuarios tienen en cuanto se convierten en miembros de la comunidad que albergan. Cabe resaltar que los resultados se analizarán con base en la matriz esbozada previamente y las siete categorías de estrategias que apuntan a la alfabetización digital enumeradas en el penúltimo apartado del marco teórico. Se seguirá el orden de estudio que se ha establecido a lo largo de este documento para establecer y mostrar los resultados.

1. Plataforma de e-learning: Coursera

Al ser una de las plataformas con mayor número de usuarios y organizaciones aliadas, la oferta de cursos es amplia y variada. Para este estudio en particular se seleccionaron tres cursos; a saber:

- Alfabetização Midiática, Informacional e Diálogo Intercultural - UNESCO e UNICAMP
- Formación docente basada en la práctica para desarrollar habilidades del siglo XXI
- La formación del pensamiento crítico en la era digital

Estos tres cursos se centran en la formación y capacitación de los usuarios para el mundo digital. El eje transversal en los tres programas es la adquisición de herramientas y conocimientos necesarios para participar activamente en la digitalidad. Con base en el análisis de contenido fue posible encontrar lo siguiente:

1. Alfabetización digital: como se puede leer en la descripción de la plataforma en el marco teórico, Coursera busca democratizar el acceso a la información y la educación. Si bien su objetivo principal no es alfabetizar a sus usuarios, por medio de su amplia oferta se enseña a localizar información pertinente y de su interés, analizar lo que se consume, organizar y priorizar los cursos que quieren tomar y entender y evaluar lo que se les ofrece. En este sentido, sus estrategias implícitamente apuntan a capacitar usuarios de forma que se conviertan en alfabetas digitales. Esto los lleva a identificar contenido de calidad y utilidad para

sus intereses personales dentro y fuera de la plataforma.

2. Herramientas como Google Analytics revelan que los usuarios de internet suelen acceder en su gran mayoría a través de dispositivos móviles como el celular. Por esta razón, es fundamental y esencial que estas plataformas cuenten con versiones de su contenido para pantallas pequeñas como las de los smartphones. Se encontró que los cursos de Coursera cuentan con esa adaptabilidad pues se pueden consultar en diferentes aparatos. Tanto en computadores como celulares es posible acceder a los cursos y navegar de manera sencilla por la interfaz de la plataforma.

3. Coursera tiene un objetivo superior de permitir que millones en el mundo puedan educarse para transformar su realidad, la de sus familias y la de sus comunidades. Es por esto que cumple una función ocupacional pues tienen una oferta que promueve la alfabetización informacional a nivel digital para que sus usuarios puedan desempeñarse mejor dentro y fuera del mundo virtual en contextos como la educación, los negocios y la informática. Esto queda claro con el hecho de que hay cursos con un objetivo de alfabetización digital en diferentes áreas del conocimiento como las artes y las humanidades y las ciencias sociales.

4. El usuario puede navegar por el catálogo de cursos sin tener que estar registrado. Una vez ha seleccionado el curso, taller, etc., que mejor se adapte a sus condiciones y necesidades personales lo hace de forma autónoma y sin que la plataforma limite o reduzca las posibilidades. Se puede afirmar entonces que los usuarios seleccionan lo que quieren aprender.

5. Coursera tiene flexibilidad en los programas ya que cada estudiante decide la carga horaria y dedicación que le inyecta a los cursos que está tomando. Si bien existe una fecha de inicio y existen entregas de trabajos, tareas y actividades, los alumnos pueden distribuir los vídeos, lecturas y cuestionarios según la disponibilidad de tiempo que tengan. Esta flexibilidad facilita que los cursos se puedan tomar, independientemente de las demás responsabilidades de la vida diaria.

6. Otro de los rasgos que se pueden evidenciar fue la gradualidad. La plataforma informa qué nivel de preparación necesita el estudiante para inscribirse en el curso y poder entender los contenidos. En el caso de los tres cursos analizados, el nivel era principiante, lo que significa que la interfaz está hecha para que la navegabilidad y experiencia de usuario sea intuitiva y dinámica. Esto implica que no hay procesos de difícil acceso para encontrar el contenido y poder estudiarlo. Implica también que a medida que hay progreso, los estudiantes se volverán más proficientes en las actividades que desarrollan dentro de la

plataforma. Esto los capacita para tener mejores habilidades digitales.

7. Aunque la interacción entre pares no es posible, Coursera cuenta con entornos colaborativos para que los estudiantes puedan buscar apoyo y ayuda. En primer lugar, los alumnos pueden conectar y establecer contacto con los profesores e instructores que dirigen los cursos. En segundo lugar, existe un Centro de Ayuda que tiene un buscador para encontrar soluciones o información específica; tiene también tres categorías definidas sobre ajustes de cuenta, pagos e inscripción; finalmente, artículos recomendados con acciones que abarcan desde la cancelación de una suscripción hasta la obtención de un certificado.

2. Plataforma e-learning: EDX

El análisis de contenido permite evidenciar que EDX tiene un comportamiento similar con Coursera. La plataforma no permite la interacción entre pares o la generación de contenido por parte de los mismos. Sin embargo, al ser una de las plataformas con mayor número de usuarios y organizaciones aliadas, la oferta de cursos es amplia y variada. Para este estudio en particular se seleccionaron tres cursos; a saber:

- Herramientas TIC para la educación
- e-Learning: crea actividades y contenidos para la enseñanza virtual
- Competencias digitales para la enseñanza mediada por tecnología

Estos tres cursos se centran en la adquisición de habilidades digitales para la educación en entornos virtuales y mediados por la tecnología. El eje transversal en los tres programas es la adquisición de herramientas para poder liderar y participar correctamente en entornos educativos que tienen lugar en la virtualidad. Con base en el análisis de contenido fue posible encontrar lo siguiente:

1. Alfabetización digital: de acuerdo con lo descrito en el marco teórico, EDX pretende liberar el poder de la educación por medio de sus aulas y cursos virtuales. Implícitamente esto significa que hay un objetivo de capacitar a los usuarios en el uso, ubicación y consumo de contenido de forma crítica y consciente. En este sentido, al igual que la primera plataforma de e-learning, sus estrategias apuntan a capacitar usuarios de forma que se conviertan en alfabetas digitales. Esto los lleva a identificar contenido de calidad y utilidad para sus intereses personales dentro y fuera de la plataforma. Los estudiantes son capaces de localizar, analizar, organizar, entender y evaluar información utilizando tecnologías digitales.

2. Este hallazgo es similar a lo encontrado en Coursera. El contenido se adapta a dispositivos móviles, teniendo en cuenta que varios usuarios acceden y navegan en la plataforma desde sus dispositivos móviles. Recordemos que herramientas como Google Analytics revelan que los usuarios de internet suelen acceder en su gran mayoría a través de dispositivos móviles como el celular. Tanto en computadores como celulares es posible acceder a los cursos y navegar de manera sencilla por la interfaz de la plataforma.

3. El propósito superior de EDX es descentralizar el conocimiento y fomentar el acceso masivo a cursos y formación virtual. En ese sentido, la plataforma cumple una función ocupacional pues tiene una oferta que promueve la alfabetización informacional a nivel digital para que sus usuarios puedan desempeñarse mejor dentro y fuera del mundo virtual en contextos como la educación, los negocios y la informática. Esto queda claro con el hecho de que hay cursos con un objetivo de alfabetización digital en diferentes áreas del conocimiento como la formación docente, la ciencias de la computación y la educación.

4. El usuario puede navegar por el catálogo de cursos sin tener que estar registrado. Una vez ha seleccionado el curso, taller, etc., que mejor se adapte a sus condiciones y necesidades personales lo hace de forma autónoma y sin que la plataforma limite o reduzca las posibilidades. Se puede afirmar entonces que los usuarios seleccionan lo que quieren aprender.

5. EDX tiene flexibilidad en los programas ya que cada estudiante decide la carga horaria y dedicación que le inyecta a los cursos que está tomando. Si bien existe una fecha de inicio y existen entregas de trabajos, tareas y actividades, los alumnos pueden distribuir los vídeos, lecturas y cuestionarios según la disponibilidad de tiempo que tengan. Esta flexibilidad facilita que los cursos se puedan tomar, independientemente de las demás responsabilidades de la vida diaria.

6. Otro de los rasgos que se pudo evidenciar fue la gradualidad. A diferencia de Coursera, EDX no informa el nivel de escolaridad o de capacitación que se requiere. Sin embargo, en la descripción del curso y el programa se da a entender qué requiere el estudiante para desempeñarse cabalmente. Esto implica que no hay procesos de difícil acceso para encontrar el contenido y poder estudiarlo. Implica también que a medida que hay progreso, los estudiantes se volverán más proficientes en las actividades que desarrollan dentro de la plataforma. Esto los capacita para tener mejores habilidades digitales.

7. Aunque la interacción entre pares no es posible, EDX cuenta con entornos colaborativos para que los estudiantes puedan buscar apoyo y ayuda. En

primer lugar, los alumnos pueden conectar y establecer contacto con los profesores e instructores que dirigen los cursos. En segundo lugar, existe un Centro de Ayuda que tiene un buscador para encontrar soluciones o información específica; tiene también seis categorías definidas sobre cuenta, cursos, pagos y reembolsos, certificados, programas, créditos. Finalmente, tiene una sección con preguntas frecuentes y artículos con temas que generalmente resuelven dudas comunes de los estudiantes.

3. Plataforma e-learning: Hotmart

El análisis de contenido permite evidenciar que Hotmart tiene un comportamiento diferente a las primeras dos plataformas analizadas. En Hotmart, el modelo de negocio no se basa en la consecución de alianzas con organizaciones y universidades reconocidas a nivel mundial. Aquí son los usuarios, personas y profesionales, los que ofrecen su conocimiento a los demás miembros. La plataforma permite la creación de cursos con una interfaz amigable, en la que se pueden cargar diferentes tipos de contenido multimedia hecho por los generadores de contenido. Adicionalmente, Hotmart ofrece una red de apoyo para difundir los productos y así conseguir que más estudiantes conozcan el catálogo de oferta. El punto en común con Coursera y EDX es la imposibilidad de interacción entre pares. Algunos creadores de contenido redirigen a sus estudiantes a foros de discusión, pero dentro de la plataforma no existe un espacio común de interacción. Sin embargo, los miembros estudiantes pueden calificar y reseñar su experiencia con determinado curso. no permite la interacción entre pares o la generación de contenido por parte de los mismos. Para este estudio en particular se seleccionaron tres cursos; a saber:

- Taller Online: Profesional Digital
- HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS PARA LA EDUCACIÓN
- GESTIONA EN DIGITAL

Estos tres cursos se centran en la adquisición de habilidades digitales específicas para ciertos contextos del mundo digital, especialmente en la educación y los negocios en línea. El eje transversal en los tres programas es la enseñanza de habilidades y herramientas por parte de personas que trabajan en esas áreas y que, por tanto, están facultados para asumir el rol de educador o guía.. Con base en el análisis de contenido fue posible encontrar lo siguiente:

1. Alfabetización digital: en el marco teórico se pudo establecer que Hotmart se enfoca en ofrecer excelente atención al cliente, entendiendo como cliente a los generadores de contenido y a los estudiantes de dichos productos digitales. Con base en esto, la plataforma ofrece una amplia gama de herramientas para que sus creadores de contenido puedan ser eficientes en su tarea. Esa capacitación constituye en sí la alfabetización de una porción de sus usuarios, ya que a través de tutoriales escritos y gráficos se promueve el aprendizaje de capacidades necesarias para generar y gestionar contenido en la plataforma. Por otra parte, como se puede apreciar en los tres cursos seleccionados, el objetivo es enseñarle a los demás cómo ser eficiente en la educación y los negocios digitales. Los cursos son herramientas de alfabetización digital. Los dos tipos de alfabetización que se presentan en esta plataforma llevan a que los estudiantes y los educadores sean capaces de localizar, analizar, organizar, entender y evaluar información utilizando tecnologías digitales.

2. Este hallazgo es similar a lo encontrado en las otras dos plataformas analizadas. El contenido se adapta a dispositivos móviles, teniendo en cuenta que varios usuarios acceden y navegan en la plataforma desde sus dispositivos móviles. Recordemos que herramientas como Google Analytics revelan que los usuarios de internet suelen acceder en su gran mayoría a través de dispositivos móviles como el celular. Tanto en computadores como celulares es posible acceder a los cursos y navegar de manera sencilla por la interfaz de la plataforma.

3. El propósito superior de Hotmart es revolucionar la forma en que se consume contenido digital. En ese sentido, la plataforma cumple una función ocupacional pues transforma la manera en que se generan productos educativos virtuales y promueve que entre miembros asuman los roles de liderazgo educativo de la comunidad. Si bien no cuentan con alianzas con instituciones de prestigio, la oferta es igual de amplia y variada. Esto queda claro con el hecho de que hay cursos con un objetivo de alfabetización digital en diferentes áreas del conocimiento como los negocios y la educación.

4. El usuario puede navegar por el catálogo de cursos sin tener que estar registrado. Una vez ha seleccionado el curso, taller, etc., que mejor se adapte a sus condiciones y necesidades personales lo hace de forma autónoma y sin que la plataforma limite o reduzca las posibilidades. Se puede afirmar entonces que los usuarios seleccionan lo que quieren aprender.

5. Hotmart tiene flexibilidad en los programas según lo que cada instructor haya dispuesto en el curso. Se debe leer en detalle cuál es el funcionamiento del curso para así poder comprender cómo asumir la carga

académica y horaria. Esta flexibilidad para los instructores les facilita crear sus programas y currículos con base en sus experiencias.

6. La gradualidad también está presente en esta plataforma. Hotmart no visualiza qué nivel requieren los usuarios, pero al leer las descripciones del curso en el que se tienen interés, queda claro qué tantas habilidades se requieren. Esto implica que no hay procesos de difícil acceso para encontrar el contenido y poder estudiarlo. Implica también que a medida que hay progreso, los estudiantes se volverán más proficientes en las actividades que desarrollan dentro de la plataforma. Esto los capacita para tener mejores habilidades digitales.

7. Aunque la interacción entre pares no es posible, Hotmart cuenta con entornos colaborativos para que los estudiantes puedan buscar apoyo y ayuda. En primer lugar, los alumnos pueden conectar y establecer contacto con los profesores e instructores que dirigen los cursos. En segundo lugar, existe una Central de Ayuda que tiene un buscador para encontrar soluciones o información específica; tiene también cuatro categorías definidas sobre ayuda para aprender, vender, comprar, etc. Finalmente, tiene una sección llamada Comunidad en la que se explican beneficios y se puede acceder a más contenido de funcionamiento de la plataforma.

4. Plataforma e-learning: Moodle

El análisis de contenido permite evidenciar que Moodle es una plataforma completamente diferente a los tres casos previamente analizados. En efecto, en Moodle se pueden crear aulas virtuales a modo de CMS para que comunidades virtuales de aprendizaje se reúnan en un entorno personalizado. Esto significa que sus aulas no son públicas a todo el mundo y por ende el contenido al que se tiene acceso es de otra índole. Como se explicaba en el marco teórico Moodle es una plataforma de código abierto para que cualquiera pueda crear su propio entorno colaborativo y académico, depende de cada comunidad qué personas tienen acceso. En ese sentido, la información que permite la alfabetización de los usuarios son los amplios tutoriales de uso que están disponibles en la sección de documentación. Y es precisamente estos documentos y tutoriales los que educan al usuario y por tanto lo alfabetizan para el uso de herramientas y plataformas digitales. Otro punto a resaltar es que una vez dentro de un aula, existe la posibilidad de interactuar entre pares a través de foros abiertos para los miembros. Con base en lo anteriormente expuesto, se escogieron tres “cursos tutoriales” que capacitan en el funcionamiento y construcción de aulas dentro de Moodle y que por ende promueven implícitamente la alfabetización digital; a saber:

- Gestionando un sitio Moodle
- Herramientas para desarrolladores
- Gestionando contenido

Estos tres cursos se centran en la adquisición de habilidades digitales específicas para la construcción de aulas virtuales, se aprende a crear pasarelas de pago, gestión de contenido (carga de contenido multimedia, repositorios, portafolios, cuestionarios, exámenes), análisis de desempeño, entre muchos más . El eje transversal en los tres programas es que los administradores y desarrolladores del aula virtual, que albergará a las comunidades de aprendizaje, puedan crear sin que tengan obstáculos por falta de conocimiento. Con base en el análisis de contenido fue posible encontrar lo siguiente:

1. Alfabetización digital: como se explicó en el marco teórico, Moodle ofrece la creación de ambientes de aprendizaje y permite que los usuarios amplíen y modifiquen el código de la plataforma. Con base en esto, la plataforma ofrece una amplia gama de documentación compuesta de tutoriales (escritos y en vídeo) para que educadores y estudiantes puedan reunirse e interactuar en un entorno personalizado. Esa capacitación que ofrece la plataforma es una estrategia de alfabetización digital, pues si bien la guía que se entrega es para el desarrollo de aulas virtuales en la plataforma, esas habilidades se pueden replicar en otros contextos digitales.

2. En este caso existen dos tipos de adaptabilidad a la versión móvil. Por un lado, la página web de Moodle se adapta a cualquier dispositivo. Esto permite que el grueso de personas que utilizan sus celulares para acceder a internet puedan consultar, navegar y conocer sobre la plataforma. Por otro lado, la adaptabilidad de las aulas virtuales depende de los ajustes y configuraciones que el desarrollador o administrador disponga.

3. El propósito superior de Moodle es que cualquiera pueda acceder a su plataforma sin límites por idioma o licenciamiento. En ese sentido, la plataforma cumple una función ocupacional pues promueve las bases de la Web 2.0 y la inteligencia colectiva para la creación de entornos de aprendizaje, que además son personalizados y cubren en mayor medida las necesidades de los miembros de dicha comunidad. Los más de 200 millones de usuarios a nivel mundial son prueba de su propósito de cerrar la brecha que existe entre alfabetas y analfabetas digitales. Esto queda claro con sus tutoriales sobre cada funcionalidad que se puede desarrollar en la plataforma.

4. En este punto se hace visible nuevamente la diferenciación con los casos previos. Los estudiantes miembros de las comunidades tendrán poder de decisión sobre lo que quieren aprender en la medida en que su comunidad lo permita y esté basada en ese tipo de comportamiento. Por otro lado, quien desarrolla el ambiente de aprendizaje dentro de Moodle elige qué aprender de los tutoriales ofrecidos para fortalecer su aula y así facilitar la convivencia virtual de sus miembros.

5. La flexibilidad de Moodle se divide en dos. En primer lugar, la flexibilidad que ofrece para que los usuarios sigan ampliando y modificando lo que se puede realizar en la plataforma gracias al código abierto. Esto facilita el trabajo comunitario y la construcción colectiva de un servicio global. En segundo lugar, la flexibilidad dentro de los ambientes de aprendizaje personalizado. Depende de cada comunidad y sus normas qué tan flexibles son los programas y actividades que allí se imparten.

6. La gradualidad también está presente en esta plataforma. Nuevamente, esta categoría también se subdivide. Por un lado, la documentación de tutoriales explica de lo más sencillo a lo más complicado. De esta forma, hay gradualidad en el nivel de profundidad de la información que se encuentra. Por otra parte, la gradualidad de aprendizaje al interior de los entornos personalizados. Cabe resaltar que esto dependerá de cada comunidad virtual de aprendizaje. En ambos casos se puede ver la capacitación en habilidades digitales en los distintos roles que hay en estas agrupaciones.

7. La interacción entre pares sí es posible en esta plataforma. Además del contacto entre estudiantes y profesores, los alumnos pueden interactuar entre sí por medio de herramientas como los foros de discusión. Esto permite conversaciones virtuales entre pares y así se fomenta la co-construcción de comunidad desde todos los roles.

5. Plataforma e-learning: Wikiversidad

Al igual que en el caso de Moodle, el análisis de contenido de Wikiversidad permitió establecer que este tipo de plataforma tiene un funcionamiento diferenciado de los otros cuatro casos. Wikiversidad es un proyecto hermano de Wikipedia, por lo que comparte su filosofía y funcionamiento. En esta plataforma se encuentra información para distintos niveles de educación que sirven a distintos propósitos: compilar, crear, aprender, editar y aumentar y colaborar las páginas que se encuentran alojadas allí. El tipo de contenido también es variado y no se limita a

cursos o talleres; la hipervinculación permite redirigir a los usuarios a otras páginas en donde se encuentran conferencias, vídeos y más contenido multimedia. En ese sentido, Wikiversidad es una plataforma transmedia que lleva a conocer y navegar otras páginas en internet. Gracias a esto se puede hablar de alfabetización digital en dos formas: a través del aprendizaje teórico de la información alojada en Wikiversidad y el aprendizaje práctico a través de la navegación y redireccionamiento hacia otros lugares web en internet. En este caso se analizaron tres páginas que contienen un curso, una página informativa y una página de recopilación; a saber:

- Formación docente en capacidades digitales
- Aprendizaje colaborativo en red/¿Qué son las competencias digitales?
- Pensamiento pedagógico Progresista

Estos tres contenidos se centran en la adquisición de conocimiento que puede verse traducido en habilidades digitales específicas en el sector de la educación. El eje transversal en los tres programas es el trabajo y la inteligencia colectiva. No se puede olvidar que la filosofía Wiki es que cualquiera puede editar y así aumentar la información y datos a la que pueden acceder los usuarios. Con base en el análisis de contenido fue posible encontrar lo siguiente:

1. Alfabetización digital: como se explicó en el marco teórico, Wikiversidad es una plataforma educativa online, libre y gratuita. Bajo ese marco, cualquiera puede participar y ampliar la información que está alojada allí. Además, gracias a esto se facilita el intercambio de datos y el trabajo colaborativo, características propias de la cultura participativa y la transformación digital. Adicionalmente, se promueve el uso de Wikiversidad como un punto de encuentro para múltiples comunidades. Estas facilidades terminan por promover la alfabetización digital y así los usuarios desarrollan habilidades digitales.
2. El contenido de la plataforma se adapta a los diferentes dispositivos desde los cuales se accede. De esa forma, no hay obstáculos en el consumo de información y navegación dentro de Wikiversidad.
3. El propósito superior de Wikiversidad es que cualquiera pueda acceder a su plataforma para crear contenido didáctico, intercambiar ideas y participar de proyectos investigativos. En ese sentido, la plataforma cumple una función ocupacional pues fortalece la experiencia educativa de manera extracurricular y promueve las bases de la Web 2.0 y la inteligencia colectiva para la

creación de entornos de aprendizaje de distintos niveles. Esto queda claro con sus más de 2000 páginas en las que se pueden encontrar diferentes temáticas y materias de estudios.

4. Los usuarios eligen qué aprender y cómo hacerlo. Gracias a esto, los navegantes de Wikiversidad son autónomos en lo que consumen y el momento en que lo hacen. Esta facilidad promueve que los usuarios puedan localizar, analizar, organizar, entender y evaluar información utilizando tecnologías digitales.

5. De los cinco casos, Wikiversidad es la plataforma que mayor flexibilidad ofrece. Si bien hay diálogo entre miembros, fortalecimiento de conocimiento e información y creación de contenido, cada persona elige cómo, cuándo y qué consumir de acuerdo con sus necesidades y condiciones..

6. La gradualidad también está presente en esta plataforma. Sin embargo, no es progresiva como puede suceder en las otras cuatro plataformas. Es el usuario, quien a través de su navegación, el que va aumentando el nivel de conocimiento que adquiere. La plataforma ofrece una división por niveles educativos y es el usuario quien selecciona el nivel desde el cual desea navegar.

7. La interacción entre pares sí es posible en esta plataforma, pero no de forma directa. Se promueve el intercambio de ideas para la edición del contenido, sin embargo, no hay un espacio claro en el que se pueda hacer. No obstante, partiendo de la filosofía Wiki, la información y conocimiento de la plataforma es co-construido de manera colaborativa y bajo la premisa de que cualquiera puede consultarlo.

9. Estrategia

Como se explicó al inicio, este es un primer esbozo de estrategia que puede ser adoptada por otras plataformas de e-learning para promover la alfabetización digital y así capacitar a sus usuarios en el uso consciente y eficiente de internet.

- Visión: generar un decálogo de buenas prácticas que las plataformas de e-learning puedan incluir en la generación y gestión de contenidos digitales para los miembros de las comunidades virtuales de aprendizaje que albergan.
- Objetivo: implementar las buenas prácticas para promover la alfabetización digital a través de la capacitación de los usuarios por medio de la educación no formal que se ofrece en este tipo de plataformas.
- Descripción: utilizar internet no solo se fundamenta en el uso de buscadores como Google y redes sociales. La forma en que se consume, genera y

difunde contenido influye en la interacción y análisis con la información que se interactúa y que termina por permearse la construcción de sociedad. Es por esto que es fundamental contar con estrategias de alfabetización digital, teniendo en cuenta que es la capacidad de localizar, analizar, organizar, entender y evaluar información utilizando tecnologías digitales. La capacitación de usuarios a través de plataformas de e-learning se puede convertir en una herramienta eficiente para que los usuarios puedan desempeñarse correctamente en el mundo virtual. A pesar de que el propósito superior de las plataformas de e-learning no sea alfabetizar digitalmente, a través de su oferta se puede abordar este proceso.

El decálogo que se presenta a continuación son 10 prácticas que permitirán abordar la alfabetización digital mientras se fortalece la construcción de comunidades virtuales de aprendizaje fundamentadas en la Web 2.0 y la transformación digital.

- Decálogo:
 - Los usuarios acceden fácilmente a información y capacitación a través de contenido de su interés.
 - Los usuarios pueden elegir libremente qué tipo de cursos y qué cursos tomar.
 - Los usuarios pueden comunicarse con otros usuarios a través de la plataforma.
 - Los usuarios pueden calificar, comentar y entregar retroalimentación sobre los cursos que tomaron.
 - Los usuarios pueden crear material propio y compartirlo con los demás usuarios.
 - La plataforma reúne a personas que comparten sus intereses por educarse.
 - La plataforma facilita la transacción entre creadores de contenido y usuarios.
 - La plataforma fomenta la cultura de la participación y colaboración a través de herramientas como blogs, foros de discusión, etc.
 - La plataforma promueve la adquisición de habilidades digitales a través de la oferta de cursos.
 - La plataforma tiene canales de comunicación claros para que estudiantes, profesores e instructores se puedan comunicar fácilmente.
- Segmentación: la implementación de una estrategia de alfabetización digital debe incluir un segmento poblacional claro, de forma que la comunidad que se cree y que se va a capacitar pueda funcionar de manera autónoma y crecer sin necesidad de supervisión constante. Cabe resaltar que dentro de la segmentación

se debe tener en cuenta el enfoque de género, para contribuir así al cierre de la brecha entre hombres y mujeres. De esta forma, no solo se ataca la inequidad digital sino la de género. Aquí se debe estudiar el tipo de interacción que funcionará mejor: sesiones asincrónicas, en vivo o mixtas.

- Generación y gestión de contenido: si bien el aprendizaje del funcionamiento de internet es mayoritariamente intuitivo, la alfabetización digital debe comprender tres fases para que haya un proceso completo en la enseñanza e interiorización de estas habilidades:

Fase de sensibilización

Fase de apropiación de tecnologías y programas

Fase de generación de cursos con temáticas específicas de acuerdo con las necesidades de los miembros de la comunidad virtual de aprendizaje.

- Establecimiento de roles: si bien los roles ahora son cada vez más difusos es pertinente que se designen ciertas funciones a ciertos miembros para garantizar la divulgación y apropiación de la comunidad en construcción.

- Creación de canales de comunicación: una de las disruptivas de la Web 2.0 y de la transformación digital es la posibilidad de que haya múltiples canales de comunicación. Los estudiantes deben poder contactar a sus tutores y/o maestros, así como a otros miembros, de forma sencilla y eficiente. La comunicación juega un papel fundamental en la edificación de una CVA y por ende de la plataforma de e-learning que la albergará.

10. Lecciones aprendidas

→ Web 2.0 y transformación digital: para comprender el funcionamiento de cualquier dinámica social al interior de internet se debe tener en cuenta los antecedentes que llevaron al funcionamiento actual de internet. Conocer los orígenes y el impacto sobre la vida social es clave para así poder aproximarse a estos temas y estudiarlos en profundidad.

→ En constante movimiento: a pesar de entender el funcionamiento, el investigador y ejecutor de una estrategia de alfabetización digital no puede quedarse estancado en lo aprendido. Internet está en constante movimiento y suele transformarse rápidamente. Lo que funciona hoy, no necesariamente funcionará mañana. Por esta razón, se debe estar en permanente estudio y aprendizaje, más que teórico, de manera práctica.

→ Cultura participativa: el rol del prosumidor y la comunicación

multidireccional son evidencia de que las personas quieren ser parte del proceso de creación de los productos y servicios que consumen. Este punto no es solo clave para la industria educativa o mediática, es un aspecto transversal en la economía de hoy.

→ Alfabetización digital en plataformas de e-learning: estas plataformas son clave en este proceso. Sin embargo, no queda claro que su propósito sea contribuir al cierre de la brecha digital. En ese sentido, se sugeriría hacer una revisión interna de los objetivos de las plataformas estudiadas para alinearse con base en este proceso. Si bien son entidades que ofrecen educación no formal, su impacto es amplio por tanto se debería plantear también la regulación de auditorías así como de curación de contenido a este tipo de plataformas.

→ Componente ético: el rol de las familias es fundamental en el proceso de alfabetización. Es a través de las figuras de autoridad de las familias que los más pequeños de la sociedad se ven inmersos en un primer momento con la digitalidad. En este sentido, son los padres o las personas a cargo de los niños, quienes deciden qué tipo de tecnología pueden usar y cómo lo hacen. Esto asigna un componente ético en cuanto al uso y las normas bajo las cuales se hace. Esto por supuesto depende del contexto sociocultural en el que se encuentre cada familia, sin embargo, cabe resaltar que los primeros acercamientos a dispositivos y plataformas se dan gracias a la mediación de las figuras de autoridad familiares. Es por esto que también es tan importante capacitar a toda la población en general, pues la familia se puede convertir en agente facilitador o en agente segregador.

→ Alianzas estratégicas: para garantizar un proceso eficiente de alfabetización se debe contar con la participación de todos los agentes involucrados. La responsabilidad de educar y capacitar a los ciudadanos en cuanto a estas habilidades, no recae solo en el Estado, el sector privado, la academia o los usuarios. Es tarea de todos cumplir con su rol para cerrar esa brecha y generar espacios de trabajo colaborativo y mancomunado.

→ La tecnología no es para todo el mundo: a pesar de la necesidad de capacitar a la población en la adquisición de capacidades digitales, no todo el mundo necesita usarlas y sobre todo no tiene por qué hacerlo. La alfabetización digital es fundamental, pero debe haber un componente de elección por parte de quien se va a alfabetizar.

→ No hay una respuesta correcta o única: el esbozo de estrategia planteado al inicio parte del hecho de que dichas directrices deben ser ajustadas al contexto específico en el que se vayan a aplicar. La encuesta a usuarios demuestra que no hay una buena práctica que sea transversal a todos los participantes.

Demuestra que si bien hay puntos en común, unas prácticas adquieren mayor relevancia que otras según las condiciones socioculturales de cada quien. Y es precisamente eso a lo que le apuntan las comunidades virtuales de aprendizaje, grupos de personas que comparten intereses e inquietudes y que buscan crecer y aprender de forma conjunta.

→ Ejercicio de derechos fundamentales: la educación es un derecho fundamental que permite el completo ejercicio de la ciudadanía. En ese sentido, los programas de alfabetización digital deben ser vistos como una prioridad para que la ciudadanía pueda acceder y gozar de sus derechos, mientras cumple con sus deberes dentro de la sociedad. Como se vio en este texto, el no contar con conectividad y no saber usar internet y lo que allí se encuentra, crea procesos de exclusión y segregación. Este tipo de injusticias sociales deben ser combatidas para fortalecer las sociedades con ciudadanos participativos y equidad.

→ El privilegio de tener internet: aunque se habla de alfabetización digital, se deben atender problemáticas sociales y educativas que sistemáticamente han sido obviadas. En paralelo a la resolución de situaciones que tradicionalmente han afectado a las comunidades estudiantiles, se debe responder a las necesidades del mundo de hoy. Recientemente, se determinó que internet es un servicio público esencial, pero eso no significa que se cuente con la infraestructura necesaria para que todo el país acceda a la red. Resalto nuevamente la necesidad de crear políticas públicas con alianzas estratégicas entre sectores y con enfoque de género.

11. Conclusiones

A lo largo de este trabajo se hizo evidente que gracias a la transformación digital que se ha vuelto transversal a un sinnúmero de esferas sociales, la alfabetización digital toma vital importancia en el mundo digital. Acceder a internet y desempeñarse en este mundo es ahora parte de la vida cotidiana, por lo que es fundamental conocer el papel que juega el usuario y las formas correctas de navegar entre plataformas y comunidades digitales. Como resultado, la educación se vuelve un pilar necesario para que el uso de internet y la generación y gestión de contenidos sea consciente, eficiente y hábil para analizar críticamente y así difundir de forma informada.

Adicionalmente, el establecimiento de buenas prácticas de alfabetización digital ayudará a reducir la brecha que actualmente existe y que promoverá el desarrollo de las sociedades de la información. El capacitar a los usuarios implica

entonces que se garantice el conocimiento de uso de dispositivos y softwares, la tenencia responsable de los mismos y el ejercicio ético y consciente sobre internet. Esta estrategia debe provenir tanto del sector público y estatal, como del privado. Esto se debe a que la transformación digital permea diferentes ámbitos, por lo que se requiere de la integración y participación de diferentes actores. Cabe resaltar nuevamente que la alfabetización digital debe girar entorno al enseñar a aprender, pues la proliferación de tecnologías y el acceso a la información requiere del desarrollo de capacidades instrumentales y valores culturales que fomenten la correcta producción y consumo de información y contenido.

Ahora bien, la respuesta a la pregunta de investigación es que se puede impulsar la alfabetización digital a través de la creación de estrategias transversales de capacitación que sean generadas por los agentes involucrados en el proceso. Desde los hacedores de política pública hasta los usuarios de las plataformas analizadas juegan un rol específico y necesario en la formación de buenas prácticas para la alfabetización desde la generación y la gestión de contenidos digitales. La creación de estas estrategias debe tener en cuenta factores como el tipo de CVA que el país necesita, el contexto sociocultural de la segmentación poblacional que conformará la comunidad, las alianzas estratégicas entre Estado, sector privado, academia y usuarios y el ejercicio de derechos fundamentales como el acceso a la educación.

Se cumplió el objetivo general de esbozar una estrategia de alfabetización digital basada en la generación y gestión de contenido digital en comunidades virtuales educativas en plataformas de e-learning. Cabe aclarar que esa primera aproximación es una generalidad que debería ser adaptada y transformada dependiendo del contexto y los requerimientos previamente establecidos. Se pudo dar cumplimiento al propósito de este trabajo gracias a la identificación de prácticas de gestión de información y creación de contenido de las plataformas estudiadas, la evaluación de dichos procesos y el contraste de la información desde diferentes puntos de vista (usuarios, expertos y análisis de contenido).

En cuanto al primer objetivo de investigación, se cumplió con la identificación de las prácticas de gestión de información y creación de contenido de las comunidades educativas virtuales a estudiar. Como se pudo ver en la encuesta realizada a 100 usuarios de las plataformas evaluadas, existen prácticas transversales a todas ellas y que se convierten en prácticas necesarias para el

correcto funcionamiento de las comunidades virtuales de aprendizaje. Algunas de ellas son el acceso gratuito a contenidos, la autonomía de los estudiantes, el recibimiento de certificados y diplomas, entre otros.

Respecto al segundo objetivo, se evaluaron las buenas prácticas colaborativas, en relación a la alfabetización digital, que utilizan las comunidades educativas seleccionadas. Se pudo, evidenciar que para los usuarios es importante poder difundir contenido, calificarlo, comentarlo y tener comunicación multidireccional. Si bien no en todas las comunidades los usuarios pueden ponerse en contacto entre ellos, sí se resalta la existencia de canales de comunicación claros para poder pedir soporte o mayor información. Adicionalmente, en esta evaluación también sobresalió el crecimiento profesional y personal que se adquiere con los cursos y talleres sin tener que recurrir a instituciones de educación tradicional, sin salir de casa o cumplir con horarios.

Finalmente, en cuanto al último objetivo de contrastar las prácticas actuales de las comunidades analizadas se logró ver que no todas las plataformas funcionan del mismo modo. Lo que comprueba que cada comunidad tiene unas reglas y unas necesidades específicas, a las que tanto generadores de contenido como usuarios se adaptan. Conforme se identifican tendencias de consumo y se amplía el catálogo de oferta académica, también varían los comportamientos y con ello las buenas prácticas de generación y gestión de contenidos digitales.

Las cinco plataformas utilizadas para la investigación de este trabajo académico juegan un papel clave en la educación no formal y en la alfabetización digital. Al ser tan grande su impacto se deberían plantear regulaciones que verifiquen la calidad de los contenidos y la idoneidad de las capacidades allí impartidas. El uso ético y eficiente de internet necesita de veedores que garanticen las buenas prácticas y el correcto ejercicio de derechos y deberes de los ciudadanos a nivel digital. Así como en la vida física existen entes que velan por el conocimiento que se dicta en institutos y organizaciones con plantas físicas, también se debe considerar una veeduría digital de lo que se aprende en línea. Esto no se debe confundir con una regulación al acceso a la información, sino como una curaduría del tipo de contenido y educación que reciben los usuarios en internet con miras a formar una sociedad digital transparente y productiva.

Los resultados de esta investigación comprobaron la información

recolectada en el marco teórico y los diferentes apartados que allí se abordaron. Estas plataformas son espacios de trabajo e inteligencia colectiva, facilitan las transacciones entre generadores y consumidores, democratizan el acceso a la información, fomentan la interacción social y descentralizan el privilegio que gira en torno a la educación y la información. No obstante, cabe resaltar que esto se da a nivel digital, es importante tener en cuenta que la falta de conectividad y apropiación de tecnologías digitales crea procesos de exclusión y segregación que amplían las brechas sociales, económicas, políticas etc., al igual que la de género. Es por esto que se debe trabajar de forma paralela en la provisión de la infraestructura necesaria para que el acceso a internet sea igualitario mientras se capacita en el uso eficiente y ético de internet.

La perspectiva de las expertas, por otro lado, permite afirmar que si bien el papel que están jugando las plataformas es clave en los procesos de alfabetización, es importante que haya creación de políticas públicas y alianzas estratégicas. Esto con el fin de lograr una cobertura de mayor alcance, multidisciplinar y con objetivos socioculturales según las regiones. Para esto, el sector privado y el sector público deben alinearse bajo un mismo marco. En este sentido, este trabajo permite preguntar si se necesita la regulación de estas plataformas para así consolidar veedurías sobre el contenido que allí se encuentra y los estudiantes que se están formando en estos sitios web. O si por el contrario, el funcionamiento actual es el ideal y si más bien es ejemplo de cómo debería adaptarse el sistema educativo tradicional en sus diferentes niveles.

Este análisis permitió encontrar dos posibilidades de mejora para las plataformas analizadas. Por un lado, no es un factor común que los usuarios puedan generar su propio contenido y compartirlo con sus pares. Recordemos que la Web 2.0, la transformación digital y la cultura participativa dan cuenta de que internet es un espacio de construcción colectiva cuyo protagonista es el prosumidor. Las dinámicas de emisor y receptor de información se han desdibujado y han dado paso al empoderamiento de los usuarios por medio de su propia creación de contenido. En ese sentido, deberían abrirse más espacios de colaboración y generación de contenido para y por los prosumidores. Por otro lado, gracias a las entrevistas con las expertas, fue posible establecer que existe la opción de creación de plataformas de e-learning que alberguen a CVA locales. Si bien las cinco plataformas estudiadas ofrecen contenido específico, no apuntan a la especificidad de cada nación. Esta podría ser la oportunidad de consolidar alianzas estratégicas

entre diferentes sectores que se enfoquen en resolver necesidades puntuales de regiones o grupos que tradicionalmente han sido marginalizados.

12. Anexos

Encuesta usuarios

1. Por favor elija su género

- A. Femenino
- B. Masculino
- C. No binario

2. Seleccione el rango de edad en el que se encuentra

- A. 18-24
- B. 25-34
- C. 35-44
- D. 45-54

3. ¿Desde qué lugar accede usualmente a internet?

- A. Hogar
- B. Trabajo
- C. Escuela / universidad
- D. Café internet
- E. Otro

4. ¿Cuál es su nivel de estudios?

- A. Educación media
- B. Bachillerato
- C. Pregrado
- D. Posgrado

5. ¿Sabe usted qué es una comunidad virtual de aprendizaje (CVA)?

- A. Sí
- B. No

6. Por favor describa brevemente qué es una CVA

7. ¿En cuál de las siguientes plataformas ha tomado cursos, talleres, diplomados, etc? Puede elegir más de una

- A. Coursera
- B. Edx
- C. Hotmart
- D. Moodle
- E. Wikiversidad

8. ¿Cuántos cursos ha tomado en estas plataformas? Elija por favor un rango

- A. 1-5
- B. 6-10
- C. 11-15
- D. Más de 15

9. ¿Qué tipo de cursos ha tomado en estas plataformas? Puede escoger más de una opción

- A. Ciencias
- B. Ciencias sociales
- C. Artes y humanidades
- D. Ciencias de la computación
- E. Tecnologías de información y comunicación
- F. Idiomas
- G. Salud y medicina
- H. Ingeniería
- I. Matemáticas
- J. Negocios
- K. Economía
- L. Medio ambiente
- M. Derecho
- N. Otro

10. Si respondió otro, por favor especifique cuál

11. ¿Cuál era su motivación para realizar estos cursos?

- A. Ampliar conocimientos académicos
- B. Adquirir nuevas habilidades para el trabajo
- C. Aprender nuevas competencias del mundo digital
- D. Diversión y recreación
- E. Otro

12. ¿Qué ventajas obtuvo al capacitarse en estas plataformas digitales?

13. Por favor califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual:

- Adaptabilidad a versión móvil
- Posibilidad de descargar contenidos
- Oportunidad de calificar y comentar el contenido
- Acceso a contenido gratuito
- Facilidad para ofrecer servicios

14. Por favor califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual:

- Posibilidad de interactuar con otros usuarios / estudiantes
- Facilidad de avance de forma autónoma
- Acceso a recursos educativos como foros, tableros, guías interactivas, etc
- Oportunidad de compartir y difundir información
- Adquisición de habilidades necesarias para el mundo digital

15. Por favor califique de 1 a 5, siendo 1 nada importante y 5 muy importante, qué tan relevantes son las siguientes características en una plataforma de aprendizaje virtual:

Navegación sencilla e intuitiva

Acceso a una oferta de cursos variada

Posibilidad de escoger qué curso o taller hacer

Obtención de diplomas y certificados

Oportunidad de crecer personal y profesionalmente

16. ¿Sabe usted qué es la alfabetización digital?

- A. Sí
- B. No

17. Teniendo en cuenta que la alfabetización digital es la capacidad de localizar, analizar, organizar, entender y evaluar información utilizando tecnologías digitales, ¿considera usted que es una persona digitalmente alfabetizada?

- A. Sí
- B. No

18. ¿Considera usted que las plataformas digitales donde ha tomado cursos fomentan que los usuarios adquieran habilidades para el mundo digital?

- A. Sí
- B. No

19. ¿Cree usted que los cursos que tomó en las plataformas digitales le han servido para alfabetizarse digitalmente?

- A. Sí
- B. No

20. Por favor describa brevemente por qué le han o no ayudado estas plataformas a alfabetizarse digitalmente

21. Teniendo en cuenta que una buena práctica es un procedimiento con buen funcionamiento y buenos resultados, ¿cree usted que las plataformas digitales donde usted ha tomado cursos tienen buenas prácticas?

- A. Sí
- B. No

22. Seleccione las buenas prácticas que usted identificó para los usuarios en la o las plataformas digitales. Puede escoger más de una opción

- A. Los usuarios acceden fácilmente a información y capacitación a través de contenido de su interés
- B. Los usuarios pueden elegir libremente qué tipo de cursos y qué cursos tomar
- C. Los usuarios pueden comunicarse con otros usuarios a través de la plataforma
- D. Los usuarios pueden calificar, comentar y entregar retroalimentación sobre los cursos que tomaron
- E. Los usuarios pueden crear material propio y compartirlo con los demás usuarios

23. Seleccione las buenas prácticas que usted identificó en la o las plataformas digitales que ha utilizado. Puede escoger más de una opción

- A. La plataforma reúne a personas que comparten sus intereses por educarse
- B. La plataforma facilita la transacción entre creadores de contenido y usuarios
- C. La plataforma fomenta la cultura de la participación y colaboración a través de herramientas como blogs, foros de discusión, etc
- D. La plataforma promueve la adquisición de habilidades digitales a través de la oferta de cursos
- E. La plataforma tienen canales de comunicación claros para que estudiantes, profesores e instructores se puedan comunicar fácilmente

Entrevista a expertos

Sobre la persona

1. ¿Cuál es su nombre?
2. ¿Cuál es su especialidad investigativa?
3. ¿Cuál es su cargo y en qué consiste?

Sobre comunidades virtuales de aprendizaje (CVA)

4. ¿Cómo define usted una comunidad virtual de aprendizaje?
5. Teniendo en cuenta que una comunidad virtual de aprendizaje (CVA) es “la agrupación de personas que se organiza para construir e involucrarse en un

proyecto educativo y cultural propio, y que aprende a través del trabajo cooperativo y solidario [en un entorno digital]" (Sallán, 2016, p.: 44), ¿considera que las plataformas como Hotmart, EDX, Coursera, Crehana, Domestika, etc., son CVAs? ¿Por qué?

6. ¿Crees usted que las CVA juegan un papel importante en el proceso de alfabetización digital? ¿Por qué?

Sobre alfabetización digital

7. ¿Qué es alfabetización digital?
8. ¿A cargo de quién o qué institución debe estar el proceso de alfabetización digital?
9. ¿Cuáles son las estrategias para cerrar la brecha digital?
10. ¿Cómo pueden las comunidades virtuales de aprendizaje ayudar a cerrar esa brecha?
11. ¿Cómo promover la alfabetización digital en plataformas de aprendizaje virtual?

Sobre el uso de tecnologías digitales en la educación

12. ¿Por qué cree usted que la integración de las tecnologías digitales se ha convertido en una necesidad para el proceso de enseñanza y aprendizaje?
13. ¿Considera usted que las plataformas de educación virtual no formal que albergan CVA cuentan con todas las herramientas necesarias para fomentar la alfabetización digital? ¿Por qué?
14. ¿Cuál cree usted que es el factor de éxito de este tipo de plataformas de educación no formal?

Sobre los estudiantes

15. ¿Quiénes deberían alfabetizarse digitalmente?
16. ¿Por qué es importante que las personas sean alfabetas digitalmente?
17. En las plataformas de educación virtual no formal que albergan CVA, ¿qué tipo de cursos se deberían ofrecer para apoyar ese proceso?
18. ¿Qué ventajas y desventajas experimentan las personas que se educan de forma virtual?

Sobre buenas prácticas

19. La Web 2.0 ha permitido que los usuarios puedan crear, comentar, compartir y difundir contenido en Internet, ¿qué tan importante es que los usuarios sepan realizar estas acciones?
20. Teniendo en cuenta que una buena práctica es un procedimiento con buen funcionamiento y buenos resultados, ¿cuáles cree usted que son las buenas prácticas que las plataformas de educación virtual no formal deben promover?
21. De la siguiente lista, ¿cuáles prácticas son relevantes para el proceso de alfabetización digital dentro de las plataformas de educación virtual no formal?
- A. La plataforma permite la reunión de personas que comparten sus intereses por educarse
 - B. La plataforma facilita la transacción entre creadores de contenido y usuarios
 - C. La plataforma fomenta la cultura de la participación y colaboración a través de herramientas como blogs, foros de discusión, etc
 - D. La plataforma promueve la adquisición de habilidades digitales a través de la oferta de cursos
 - E. La plataforma tienen canales de comunicación claros para que estudiantes, profesores e instructores se puedan comunicar fácilmente
22. ¿Qué propondría para la creación de una estrategia de alfabetización digital basada en la generación y gestión de contenidos digitales?

13. Bibliografía

- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Pearson.
- Belsunces, A (2010). Producción, consumo y prácticas culturales en torno a los nuevos media en la cultura de la convergencia: el caso de Fringe como narración transmedia y lúdica. Máster en Sociedad de la Información y el Conocimiento Especialidad Cultura, comunicación y sociedad Universitat Oberta de Catalunya.
- Carrera, P. Limón, N, Herrero, E & Sainz, C (2013). Transmedialidad y ecosistema digital. Historia y Comunicación Social, 18, 535-545.
- Coll, C., Bustos, A., & Engel, A. (2008). Las comunidades virtuales de aprendizaje. Psicología de la educación virtual, 299-320.
- Ericson consumerlab insight report. (2018). 10 hot consumer trends 2019. Ericson.

- Fernández-Manzano, E. P., Neira, E., & Clares-Gavilán, J. (2016). Gestión de datos en el negocio audiovisual: Netflix como estudio de caso. *El profesional de la información*, 25(4), 568-577.
- Fernández, C (2013). Prácticas transmedia en la era del prosumidor: Hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU). *Cuadernos de información y comunicación*, 19, 53-67.
- Galera, M. D. C. G., & Valdivia, A. N. (2014). Prosumidores mediáticos.: Cultura participativa de las audiencias y responsabilidad de los medios. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (43), 10-13.
- García-Ávila, S. (2017). Alfabetización digital. *Razón y Palabra*, 21(3_98), 66-81.
- Gutiérrez, F. (2018). Sobre la nueva ecología de medios en la era digital: Hacia un nuevo inventario de efectos. *Razón y Palabra*, 22(1_100), 237-254.
- Islas-Carmona, O. I. (2010). Internet 2.0: El territorio digital de los prosumidores. *Revista Estudios Culturales*, (5), 43-64.
- Islas-Carmona, O. (2008). La convergencia cultural a través de la ecología de medios.
- Jenkins, H. (2006) *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- López, N (2008). *Los medios de comunicación en la era digital: contenidos en los cibermedios*. Editorial Laertes.
- Martínez-Costa, M. (2019). La interacción de los jóvenes adultos con las noticias y la publicidad online. *Comunicar*, 59, 19-28.
- McDougall, J., Brites, M. J., Couto, M. J., & Lucas, C. (2019). Digital literacy, fake news and education/Alfabetización digital, fake news y educación. *Cultura y Educación*, 31(2), 203-212.
- Meirinhos, M., & Osório, A. (2009). Las comunidades virtuales de aprendizaje: el papel central de la colaboración. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (35), 45-60.
- Müller, C, Ariño, M. (2019). Netflix ¿utopía del usuario?. *Unidad Sociológica*, 13, 23-30.

- Negroponete, N (1995). El mundo digital. Ediciones B, S.A.
- Porto, D (2012). Periodismo, redes sociales y transmediación. Razón y palabra, 78.
- Robledo-Dioses, K & Atarama-Rojas, T. (2018). Periodismo transmedia y consumo mediático de la generación millennials. Anagramas rumbos y sentidos de la comunicación, 17, 105-127.
- Rodríguez, L. I. S., Montaña, S. A., Varela, R. E. R., & Jiménez, R. R. (2020). Alfabetización digital de estudiantes universitarios en las modalidades presencial y virtual.
- Sánchez, R. G., Muiña, F. E. G., & Hevia, N. G. (2011). Los edublogs como herramienta facilitadora en comunidades virtuales de aprendizaje. RELADA-Revista Electrónica de ADA-Madrid, 5(3).
- Scolari, C. A. (Ed.). (2015). Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones. Editorial Gedisa.
- Scolari, C. A. (2015). Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces. Palabra Clave, 18(4), 1025-1056.
- Soep, E. (2012). Generación y recreación de contenidos digitales por los jóvenes: implicaciones para la alfabetización mediática. Revista científica de educomunicación, 28, 93-100.
- Toffler, A. (1981). La Tercera Ola.[Traducido al español de THE THIRD WAVE].(7ma. ed.) Madrid. España: Plaza & Janes Editores.