

Usos académicos de las estrategias de interactividad utilizadas por los nuevos medios digitales

Oscar Boude Figueredo,
Universidad de La Sabana,
Tel. 57-315-4105159
oscarbf@unisabana.edu.co.

Resumen

Se presentan los resultados obtenidos en una investigación desarrollada en la Universidad de La Sabana entre el 2012 y 2014 cuyo objetivo fue identificar las opciones de hipermedialidad y personalización, además de las herramientas de participación que ofrecen los medios nativos digitales de Colombia. Se utilizó un estudio de corte descriptivo correlacional, con una muestra de 19 portales, con vocación o propósito periodístico, seleccionados de la base de datos del Mapa de Medios Digitales Colombianos (2012). La observación se desarrolló en el marco de una semana compuesta, durante los primeros meses de 2014, con el fin de realizar un análisis del contenido de los sitios. Sin embargo, en este texto, se exponen los resultados obtenidos durante el análisis que tienen que ver con las diferentes estrategias a nivel de la interactividad selectiva y comunicativa, utilizadas para fomentar la participación de sus usuarios en la producción de contenidos informativos y en la participación de espacios de expresión y comunicación y cómo éstos pueden utilizarse en educación para transformar el proceso de formación de los estudiantes de educación superior.

Palabras clave

Interactividad selectiva, interactividad comunicativa, estrategias de aprendizaje, nuevos medios digitales, TIC

Abstract

The results of research conducted at the University of La Sabana between 2012 and 2014 are presented aimed at identifying hipermedialidad options and

customization, plus tools participation offered by digital natives means of Colombia. Descriptive correlational study of cut was used with a sample of 19 portals with vocation or journalistic purposes, selected from the database of the Map of Colombian Digital Media (2012). Observation was carried out as part of a composite week during the first months of 2014, to conduct an analysis of the content of the sites. However, in this text, only the results obtained during the analysis that deal with different strategies at the level of selective and communicative interactivity, used to encourage the participation of its members in the production of news content and exposed the participation spaces of expression and communication and how these can be used in education to transform the process of formation of students in higher education.

keywords

Selective interactivity, communicative interactivity, learning strategies, new media, ICT

Introducción

La sociedad actual, independiente de cómo haya sido denominada: sociedad de la información (castells, 1997; mattelart, 2007), sociedad del conocimiento (Tedesco, 2000; Hargreaves, 2003), o sociedad digital (Aretio, 2014; Domínguez, 2010) vive un proceso de transformación en todas sus esferas, que ha generado cambios en la forma en como sus ciudadanos se comunican, trabajan, interactúan, relacionan y aprenden (Castells, 1997; Tedesco, 2000; Hargreaves, 2003; Delanty, 2002; Mattelart, 2007).

Así como, la necesidad de que éstos desarrollen nuevas habilidades y competencias que les permitan buscar, seleccionar y evaluar información, manipular, transformar y generar conocimiento, aprender y desaprender de manera permanente, comprender y adaptar lo aprendido a diferentes situaciones, codificar y decodificar mensajes en diferentes lenguajes

audiovisuales, etc.. (Proyecto Tunnig, 2003; Moreira y Pessoa, 2013; Esteve, Adell, y Gisbert, 2013).

Lo anteriormente dicho, ha generado que diferentes organizaciones mundiales tales como, la UNESCO, OEI, OEA y OCDE, entre otras, se pronuncien alrededor de la necesidad de generar políticas por parte de los gobiernos de los diferentes países del mundo, que fomenten el desarrollo de estas competencias. Sin embargo, son conscientes de que esto no es suficiente, pues si no ocurre una real transformación en la escuela que contribuya a desarrollar este tipo de competencias, los intentos aislados de docentes innovadores quedarán diezmados por la tendencia institucional a favorecer el desarrollo de las competencias disciplinares sobre las generales.

Al respecto, en Colombia el Ministerio de Educación Nacional (MEN) viene trabajando a través de tres frentes que le apuntan a la transformación de las instituciones, los docentes y los estudiantes. Para esto ha desarrollado diferentes proyectos tales como, PLANESTIC cuyo objetivo estaba centrado en ayudar a las instituciones de educación superior a generar planes estratégicos en incorporación de las TIC acordes a sus proyectos educativos institucionales (PEI). Y, aunque este proyecto originalmente estaba destinado a instituciones de educación superior, actualmente se viene desarrollando en instituciones de básica y media.

En el mismo sentido, desde el 2008 el MEN lanzó el documento Apropriación de TIC en el desarrollo profesional docente (Ruta de Apropriación de TIC en el Desarrollo Profesional Docente) “con el fin de preparar a los docentes de forma estructurada, para enfrentarse al uso pedagógico de las TIC, participar en redes, comunidades virtuales y proyectos colaborativos, y sistematizar experiencias significativas con el uso de las TIC.” (Ministerio de Educación Nacional, 2008 p.17).

La segunda parte de este documento fue lanzado por el MEN en 2013 con el título: Competencias TIC para el desarrollo profesional docente, orientado a "guiar el proceso de desarrollo profesional docente para la innovación educativa pertinente con uso de TIC, están dirigidas tanto para quienes diseñan e

implementan los programas de formación como para los docentes y directivos docentes en ejercicio" (Ministerio de Educación Nacional, 2013, p.15).

Asimismo las diferentes Secretarías de Educación del país vienen trabajando en proyectos que les permitan a los estudiantes el desarrollo de competencias para el siglo XXI, un ejemplo de esto se puede observar en el proyecto Educación a la Nube desarrollado por la Secretaria de Educación de Bogotá a través de la Universidad de La Sabana, en el que se formó a más de 13 mil estudiantes del distrito para fortalecer las competencias del siglo XXI. (SED, 2015)

No obstante, en estos proyectos ha sido posible identificar que aunque se han mejorado notablemente las prácticas de incorporación de las TIC dentro del aula, aún se debe trabajar en cómo a través de las tecnologías de la información y la comunicación se puede dar continuidad al proceso de formación fuera del aula. Ya que, si bien se hace uso de sistemas de gestión de contenidos y de aprendizaje, estos espacios se convierten en repositorios de actividades, videos imágenes y documentos, y no en espacios fundamentados en estrategias didácticas que empoderen a los estudiantes para convertirse en protagonistas de su proceso de formación.

Es por esto que este texto, pretende mostrar cómo se pueden utilizar las estrategias utilizadas por los nuevos medios para empoderar a su audiencia, para diseñar nuevas estrategias de aprendizaje que permitan por una parte dar continuidad al proceso de formación por fuera del aula y por otro lado contribuir a que los estudiantes se conviertan en protagonistas de su proceso de formación a través de estrategias de aprendizaje centradas en la interactividad selectiva y comunicativa.

El concepto de Interactividad

Antes de abordar lo que implica el concepto de interactividad, se debe indicar que éste es un concepto muy reciente que tiene una relación muy cercana con la evolución que han tenido las TIC en los últimos 35 años (Rost, 2006). Además

de esto, su definición depende del uso multidisciplinar que se le dé, lo que genera un tono de ambigüedad en el mismo.

Por lo tanto, el fin de este apartado será dar claridad conceptual alrededor del concepto de Interactividad, y de aquellos que se desprendan de éste: *Interactividad Selectiva e Interactividad comunicativa*, y su relación con el proceso de formación mediado por Tecnologías.

Para iniciar, si tomamos la definición dada por la Real Academia de la Lengua Española a este término, encontramos que el concepto de interactividad es una "Cualidad de interactivo" (RAE, 2001) por lo tanto para entender lo que es, debemos referirnos al concepto de Interactivo, el cual en su primera acepción indica que "Procede por Interacción" (RAE, 2001) y al buscar Interacción se indica que ésta es: "Acción que se ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, agentes, fuerzas, funciones" (RAE, 2001).

Ahora bien, al revisar la segunda acepción se indica que es: "Dicho de un programa: Que permite una interacción, a modo de diálogo, entre el ordenador y el usuario" (RAE, 2001), se establece una relación entre este concepto y las TIC e informática. Más aún, tal y como lo indica Rost (2015) "... Parece haber una evolución desde el antiguo concepto de interacción hacia el más nuevo de interactividad pasando por el adjetivo interactivo que hoy modifica a ambos."(p.170.)

Sin embargo, antes de continuar cabe preguntarse ¿Cómo surge este concepto?, para algunos autores tal y como se ha mencionado, la interactividad está estrechamente vinculada con la creación de la telemática e informática (Multigner, 1994), para otros por el contrario su origen se debe estudiar desde el ámbito de la comunicación, en el vínculo que se establece en la comunicación entre los individuos mediado por las TIC (Rafaeli, 1988).

Desde la primera postura más tecno céntrica, la interactividad se debe ver como "la capacidad de las computadoras por responder a los requerimientos de los usuarios" (Rost, 2006, p.171). Sin embargo, desde esta postura se queda corta a la hora de comprender los diferentes aspectos que cubre este concepto. Desde el punto de vista de la comunicación Rafaeli (1988) propone que la Interactividad

es "parte de la evolución en la ontología y epistemología de las nuevas tecnologías de comunicación en general, y las computadoras como medio en particular" (p.112).

No obstante, para lograr comprender las reales dimensiones de este término debemos recurrir a la postura presentada por Jensen (1998) quien establece tres formas de entender este concepto desde tres campos de estudio diferentes: el primero de ellos desde el punto de vista de la sociología, la interactividad se ve como la interacción que se produce entre dos o más personas mediadas por las TIC. Desde el punto de vista de las ciencias de la comunicación, ésta se ve como las acciones de una audiencia o receptores en relación a los contenidos. Y desde el punto de vista de la informática ésta se ve como la relación de los individuos con la máquina.

Si bien, hasta el momento se han presentado las posturas de diferentes autores sobre los alcances del concepto de la interactividad, no se ha aportado hasta ahora una definición que pueda servir de marco de referencia para comprender las implicaciones reales del mismo y su relación con el proceso de formación. Lo anterior es necesario si se quiere entender como desde los nuevos medios y su relación con la audiencias, es posible identificar diferentes estrategias de aprendizaje que pueden ser utilizadas para fortalecer el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Una primera definición que nos acerca al concepto de interactividad fue presentada por Williams et al. (1988) en su libro *Research methods and the new media*, en este texto los autores indicaron que interactividad es: "el *grado de control* y de *intercambio de roles* que, en un proceso de comunicación, pueden tener los participantes en su *discurso común*"(p.10). Cabe recordar que tal y como se indicó al principio de este apartado *la interactividad* es un concepto que está relacionado directamente con las TIC, la informática y la telemática, por lo tanto el proceso de comunicación al que se refiere esta definición está mediado por las TIC.

Bajo este marco, los autores indican que por *discurso común* se debe entender, la relación que existe en un proceso de comunicación entre los mensajes de los

participantes, basados en las comunicaciones anteriores Bretz (1983). Un ejemplo de esto, se puede observar en casi cualquier proceso de comunicación que se de a través de Internet, ya sea, que éste se de en redes sociales, en foros, blogs o grupos de discusión, el dialogo entre los participantes se construye a partir de las diferentes participaciones de estos. Cada nueva participación suele tomar como punto de referencia un proceso de comunicación anterior.

Ahora bien, por *intercambio de roles* los autores se refieren a la posibilidad que se tiene a través de las TIC en que los receptores se conviertan en emisores y viceversa. Lo anterior está muy relacionado con el cambio de postura que se dió desde la Web 1.0 a la Web 2.0 en donde se le da la posibilidad al hasta entonces consumidor de contenidos, en convertirse en prosumidor. Es así, como hoy se puede observar en los nuevos medios nativos digitales de Colombia, la tendencia a dar cada vez más posibilidades a su audiencia de convertirse en protagonistas en la producción de noticias para el medio.

Lo anteriormente dicho, no solo ha generado cambios en la forma en como participan los ciudadanos de la construcción y deconstrucción del conocimiento en la RED, sino que ha trascendido las barreras del aula y está generando nuevas tendencias en donde se da cada vez más protagonismo al estudiante dentro de su proceso de formación.

Para finalizar, el grado de control implica como bien lo ha mencionado Rost (2006,) " las posibilidades de elegir el ritmo, el contenido y la secuencia de un acto de comunicación, buscar elecciones alternativas e introducir contenidos para otros usuarios y, quizás, crear nuevas posibilidades del sistema" (p.182). Lo cual aplicado a los procesos de formación está claramente relacionado con la tendencia mundial a generar contenidos educativos adaptativos que respondan a los ritmos, inteligencias y necesidades de cada uno de los estudiantes.

En la misma línea Rost (2006, p.195) indica que la interactividad es "la capacidad gradual y variable que tiene un medio de comunicación para darle a los usuarios un mayor poder tanto en la selección de contenidos (interactividad

selectiva) como en las posibilidades de expresión y comunicación (interactividad comunicativa).”

Particularmente de todas las propuestas revisadas alrededor de la interactividad, la propuesta de Rost (2006) nos llama mucho la atención, pues si bien es una definición que busca explicar desde el punto de vista de los medios de comunicación, como es la relación entre los nuevos medios y su audiencia; es muy similar al proceso que suele realizar un docente que diseña ambientes de aprendizaje mediados por tecnologías.

Si pensamos que uno de los objetivos que tiene todo docente al diseñar un ambiente de aprendizaje, es proveer las estrategias – de expresión y comunicación - y recursos educativos digitales necesarios para que sus estudiantes se vuelvan protagonistas de su proceso de formación, es posible encontrar muchas coincidencias entre las estrategias que diseñan estos nuevos medios para atraer su audiencia, con las que debería realizar un docente para fortalecer el proceso de formación de sus estudiantes.

Es por esta razón que a continuación se profundizará sobre los conceptos de la Interactividad Selectiva e interactividad comunicativa propuesta por Rost (2006) y su equivalencia con el proceso de formación mediado por tecnologías.

Por Interactividad Selectiva Rost (2006) nos indica que ésta se refiere a:

“ ... las posibilidades de control que tiene el usuario sobre el mismo proceso de difusión de contenidos. En que medida puede el usuario elegir el ritmo y la secuencia de la comunicación. De esta forma el lector construye su propio camino de lectura, arma su propia linealidad en la exposición al medio” (p.205).

Lo cual coincide con los académicos que están trabajando alrededor del diseño de ambientes de aprendizaje que respondan a los ritmos y estilos de aprendizaje (Orellana, et al., 2010; Cué et al., 2012). Más aún, si recordamos parte de los planteamientos iniciales que se observaban como una de las ventajas del E-learning estaba relacionada con la posibilidad de que cada estudiante pudiera ir a su ritmo.

En el mismo sentido, todos aquellos autores que están trabajando en la actualidad sobre el diseño de contenidos educativos digitales y ambientes de aprendizaje adaptativos ((Fontalvo, et al., 2007; Leon, 2011; Valera, 2013), en el fondo pretenden brindar a sus estudiantes nuevos escenarios cargados de interactividad selectiva.

Ahora bien, por interactividad comunicativa Rost(2006) nos indica que esta se refiere a:

“... las posibilidades de comunicación y expresión que tiene el usuario en los contenidos públicos del medio. A través de estas opciones interactivas, el lector busca dialogar, discutir, confrontar, apoyar y, de una u otra manera, entablar una relación con otros (comunicación). En otras oportunidades, sólo pretende expresa una opinión individual o dar una información pero sin buscar una respuesta o un contacto bidireccional con otros individuos (expresión)” (p.233).

Desde el punto de vista académico, la propuesta de Rost, nos lleva a pensar en que en algunos momentos por más que se desee que los estudiantes participen de forma activa, en foros, wikis, blogs o cualquier otro escenario de comunicación mediado por TIC que el docente quiera utilizar, los estudiantes en unos momentos querrán solo expresar su postura y en otros momentos querrán compartir y debatir con sus compañeros.

Lo que va un poco en contravía con los deseos del docente que diseña estas actividades para que los estudiantes participen de forma activa y colaborativa dentro de estos escenarios de comunicación, sin embargo, como se mostrará más adelante es posible utilizar estrategias provenientes de los nuevos medios para favorecer más la *comunicación* que la *expresión* de los estudiantes.

Metodología

La investigación de la cual se desprende esta comunicación es de carácter descriptivo toda vez que pretende medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno (Sampieri, Collado, Lucio, & Pérez, 1998), en este caso de las opciones de interactividad, subyacentes en los medios nativos digitales de Colombia que tienen naturaleza (o propósito) informativo.

El marco muestral del estudio fue el mapa de medios digitales colombianos, elaborado por Rey y Novoa (2012), donde se registró la existencia de 754 cybermedios. De estos, 306 son 'nativos'. De ese conjunto de sitios web, el equipo de investigadores del GIP de la Universidad de La Sabana extrajo únicamente aquellos que tenían propósito informativo.

Luego se filtraron los resultados, asegurándose que los medios objetos de análisis reportaran al menos una actualización diaria de contenido. De las páginas resultantes se tuvieron en cuenta sólo aquellas con alguna relevancia o importancia para los motores de búsqueda, ello con base en el cálculo del PageRank5 de Google, y que, a la vez, tuvieran cuentas activas en Facebook y Twitter. En total, se analizaron 19 sitios web.

Expertos como Larrondo (2010) advierten de la dificultad para estudiar temas relacionados con la Internet, debido al rápido desarrollo y a los continuos cambios del medio. La complejidad que encierra, por tanto, la interactividad, obligó a revisarla desde diferentes perspectivas o combinando dos o más técnicas de investigación. Así, el estudio integró el análisis de contenido, aplicado a las portadillas o home de los medios nativos, de la pieza informativa principal o destacada por cada medio en los días de observación, y a las publicaciones en las cuentas de Facebook y Twitter, y la técnica de la entrevista en profundidad sostenida con directores y/o editores de los medios observados.

En este texto, se expone parte de los resultados obtenidos durante el análisis de contenido y que tienen que ver con las diferentes estrategias a nivel de la interactividad selectiva y comunicativa, utilizadas por estos medios para fomentar la participación de sus usuarios en la producción de contenidos informativos y en la participación de espacios de expresión y

comunicación; debido a que estos pueden ser replicados por la comunidad académica para transformar los escenarios de comunicación generalmente utilizados en el proceso de formación

El análisis e identificación de las estrategias utilizadas por los nuevos medios, se realizó posterior al proceso de análisis del contenido o la observación (y registro) de las distintas variables que correspondían al Home, las piezas principales y a las redes sociales utilizadas por cada medio. Como resultado de este proceso, fue posible clasificar las estrategias utilizadas por los medios en cuatro categorías principales que se exponen en el siguiente apartado.

Estrategias utilizadas por los medios nativos digitales

Tal y como se indicó en el apartado metodológico durante el proceso de análisis de los diferentes medios seleccionados en la muestra, se identificaron las diferentes estrategias utilizadas por éstos para fomentar la interacción con los contenidos (Interactividad Selectiva) y participación activa de sus usuarios a través de los diferentes canales de comunicación previstos para tal fin (Interactividad Comunicativa).

No obstante, dado que los investigadores que participaron de este proyecto son además docentes en temáticas relacionadas con la comunicación social y la informática educativa, fue posible relacionar las estrategias utilizadas por estos nuevos medios, con algunas estrategias que suelen utilizar los docentes a través de sistemas de gestión de aprendizajes como Moodle, pero, que a diferencia de lo que ocurre en los nuevos medios, no suelen tener el mismo nivel de aceptación y participación por parte de los estudiantes.

Por esta razón, se decidió dentro del estudio identificar cuales de las estrategias utilizadas por los nuevos medios para favorecer la interactividad selectiva y comunicativa, podrían ser utilizadas o adaptadas por los docentes para fortalecer el proceso de formación de los estudiantes. A continuación se indican cada una de estas:

Participación de la audiencia

Esta estrategia utilizada por los nuevos medios consiste en permitirle a la audiencia la posibilidad de hacer parte de la producción de noticias que emite el medio o como se conoce, periodismo participativo o periodismo 3.0 (). No obstante, la forma en que esta estrategia es implementada depende de cada medio, pues hay desde aquellos que permiten la comunicación entre los usuarios del medio y los periodistas a través de correo electrónico, redes sociales o a través del portal del medio, hasta aquellos que tienen secciones a parte en donde quienes generan todas las noticias son los usuarios.

Para esto, se suelen utilizar sistemas de Blogs o foros en donde los usuarios pueden participar siempre y cuando cumplan con un protocolo claramente establecido en el medio.

La anterior estrategia puede ser utilizada en casi cualquier proceso de formación, ya sea este presencial, virtual, mixto o mezclado. Pues de lo que se trata, es de fomentar la participación de los estudiantes en la construcción teórica de las asignaturas. Y, tal y como ocurre en los nuevos medios promover diferentes niveles de participación, estableciendo reglas claras desde el principio para esto.

Por ejemplo, se puede solicitar a los estudiantes que a través de un canal de comunicación – Blog, Foro, tweets, wikis, o redes sociales – estos participen en la construcción teórica o práctica de la asignatura, buscando y enviando recursos educativos digitales (RED) que puedan complementar el proceso de formación de sus compañeros.

Con esto no solo ganan los estudiantes pues en el ejercicio de encontrar los RED, deben poner en práctica sus conocimientos y competencias, sino también, el docente pues tiene a su disposición más recursos con los cuales ir transformando su práctica docente.

Personalización de contenidos

Tal y como lo indican Tuñez, Martínez y Abejón (2010) gracias a las transformaciones que están viviendo los ciudadanos de la sociedad del conocimiento, desde hace algunos años tanto los medios tradicionales como los nuevos medios, han observado como ha cambiado el perfil y las necesidades de sus lectores. Pues tal y como lo indicó un estudio realizado por Tuñez (2009,) “la mitad de las noticias principales de portada no aparecen entre los temas más atractivos para los jóvenes”(p.521).

Por ello, los nuevos medios han generado diferentes estrategias a través de sistemas de personalización de los contenidos, en los que el usuario puede personalizar su experiencia de interacción con el medio, a través de la personalización parcial o total de los contenidos que se mostrarán cada vez que ingrese al medio, sin que esto evite que el usuario pueda tener acceso en todo momento a la visión no personalizada del medio.

Lo anterior, coincide con uno de los mayores retos que ha tenido la educación desde sus inicios, como es responder a la diversidad de ritmos y estilos de aprendizaje de los estudiantes: al igual que ocurre con la audiencias de los nuevos medios, los jóvenes de hoy no sienten que los contenidos utilizados por sus docentes respondan a sus ritmos y estilos de aprendizaje.

Sin embargo, desde hace algunos años se viene trabajando arduamente en los sistemas hipermedia adaptativos de contenidos, que tal y como lo han indicado diversos autores (Fontalvo, et al., 2007; Leon, 2011; Valera, 2013) permiten que el docente no solo brinde a sus estudiantes contenidos que respondan a sus estilos de aprendizaje, sino que permite al docente diseñar procesos de formación que respondan a las habilidades, competencias, ritmos y estilos de aprendizaje de sus estudiantes.

Generación de comunidades.

Como bien lo indica Rost (2006), las estrategias de interactividad comunicativa que utilizan los medios para retener a su audiencia generalmente son de dos

tipos, la primera expuesta en la parte inicial de este apartado, está orientada en la creación de contenidos por parte de los usuarios, y la segunda está basada en la conectividad “que pretende abrir espacios de comunicación de los lectores con otras personas” (p. 414). De tal forma que se genere entre éstos, comunidades que suelen girar alrededor de diferentes temáticas propuestas por el medio o por sus usuarios.

La gran desventaja de esta modalidad es que aunque se genera un gran intercambio y discusión entre los integrantes, a menudo estas discusiones suelen migrar hacia el ámbito privado de los participantes.

Por otra parte, la idea de fomentar comunidades académicas en donde los estudiantes semestre a semestre o año a año puedan ayudarse entre sí, en pro de favorecer el desarrollo de sus competencias, no suele ser bien visto por algunos docentes, debido a que éstas demandan del profesor un trabajo adicional para la consolidación de la comunidad académica y en pro de transformar año tras año las actividades, tareas y trabajos asignados a los estudiantes.

Sin embargo, esta es una gran estrategia tal y como ha sido comprobado por diversos investigadores en el mundo, pues no solo fomenta el aprendizaje colaborativo y la construcción colectiva de conocimiento, sino también, permite a los estudiantes comprender las temáticas abordadas en la asignatura, a través de un lenguaje común para todos (Salazar y Sánchez, 2010; Alcalde, 2006; Aguilar, et al., 2012).

Sistemas de Gamificación

La última estrategia que viene siendo utilizada por los medios para fomentar tanto la interactividad selectiva como la interactividad comunicativa, está relacionada con el uso de diferentes elementos que hacen parte de los videojuegos para mejorar la experiencia y la participación de sus usuarios (Deterding, et al., 2011) o como se conoce en la comunidad académica la Gamificación.

Para esto, los medios suelen utilizar estrategias que van, desde un sistema de puntos en donde el usuario puede aumentar su puntuación a través de los comentarios que realice, las notas que envíe y las valoraciones que reciba por parte de otros usuarios, hasta la generación de sistemas de puntos y monedas virtuales, que le permiten al usuario ir alcanzando diferentes trofeos dentro del medio, que lo certifican como usuario experto frente a los demás usuarios, ganando así cierto reconocimiento.

Si bien, el uso de estrategias de gamificación en educación se viene utilizando desde el año 2011 por parte de algunos docentes a nivel mundial, para fomentar el desarrollo de nuevas estrategias de aprendizaje y escenarios de formación, que respondan a las necesidades de los estudiantes actuales (Lee y Hammer, 2011; Kapp, 2012; Cortizo y Carrero, 2011), aún estas prácticas están más orientadas a generar sistemas de monedas virtuales que les permiten a los estudiantes cambiar las monedas por premios en la asignatura, como omitir un quiz o cambiar las preguntas de un examen, que, a lograr que sean los mismos estudiantes quienes valorando la calidad de los aportes de sus compañeros, indiquen los puntos o monedas que estos merecen recibir.

Bajo esta mirada, en La Universidad de La Sabana, dentro de la asignatura de sistemas informáticos se diseñó una estrategia en la que los estudiantes, entregaban parte de sus monedas ganadas, a otros compañeros en la medida en que los aportes que estos hacían les ayudaba a solucionar sus problemas o a comprender las temáticas abordadas dentro del curso. Al finalizar las monedas recolectadas por los estudiantes, eran intercambiadas por tiempo de asesoría adicional del docente para la elaboración del proyecto final de la asignatura. (Granados y Boude, 2015)

Conclusiones

Una de las principales conclusiones que se tienen de este trabajo es que, tanto las instituciones educativas como los docentes deberían seguir el ejemplo dado por los nuevos medios y escuchar más a su audiencia –es decir a sus estudiantes –. Pues, cada día aumenta la brecha entre las concepciones que

tiene el docente sobre cómo debe ser el proceso de aprendizaje mediado por TIC y los imaginarios que tienen al respecto sus estudiantes.

Al respecto, este trabajo pretende aportar a la discusión académica que actualmente se está dando alrededor de cómo transformar las prácticas docentes, de tal forma que estas sean más adecuadas a la realidad de los nativos digitales. Las diferentes estrategias que están siendo utilizadas por los medios nativos digitales de Colombia para atraer cada día más a una audiencia esquiva, dinámica y cambiante.

En el mismo sentido, resulta importante reconocer que hoy en día el concepto de interactividad se debe entender tal y como lo propone Rost (2006) desde el punto de vista de la forma en que los estudiantes interactúan con los contenidos digitales a los que tienen acceso los estudiantes –Interactividad selectiva -, y , la forma en que interactúan con sus pares a través de los artefactos tecnológicos – Interactividad comunicativa-, a la hora de diseñar estrategias de aprendizaje mediadas por TIC que pretendan utilizarse dentro y fuera del aula.

Otro de los aspectos importantes, es que la implementación de estas estrategias no solo implican un cambio de rol del docente, sino también, un cambio de paradigma en sus concepciones sobre cómo se debe ser el proceso de formación mediado por TIC. Pues de lo contrario, ocurrirá lo que actualmente viene pasando en el aula, en donde la mediación tecnológica es para reemplazar la tiza, por la proyección del videobeam o las guías y talleres en papel, por documentos en Word.

Ahora bien,, en la actualidad hay diversas experiencias de docentes que están utilizando estas estrategias para transformar el proceso de formación de sus estudiantes(Lee y Hammer, 2011; Kapp, 2012; cortizo y carrero, 2011; Salazar y Sánchez, 2010; Alcalde, 2006; Aguilar, et al., 2012), y que han reportado buenos resultados en su incorporación. Sin embargo, aún se deben realizar estudios al respecto de las ventajas y desventajas que pueden ofrecer estas estrategias.

Bibliografía

- Aguilar, C., Alonso, J., PADRÓS, M., & Pulido, M. (2010). Lectura dialógica y transformación en las comunidades de aprendizaje. *Revista interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 67(24), 1.
- Alcalde, A. I. (2006). *Transformando la escuela: las comunidades de aprendizaje* (Vol. 36). Graó.
- Aretio, L. G. (2014). *Bases, mediaciones y futuro de la educación a distancia en la sociedad digital*. Editorial Síntesis.
- Castells, M. 1997, *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, Vol. 1, Alianza, Madrid.
- Cortizo Pérez, J. C., Carrero García, F. M., Monsalve Piqueras, B., Velasco Collado, A., Díaz del Dedo, L. I., & Pérez Martín, J. (2011). Gamificación y Docencia: Lo que la Universidad tiene que aprender de los Videojuegos.
- Cué, J. L. G., Quintanar, C. S., Velázquez, M. A. J., & Tapias, M. G. (2012). Estilos de Aprendizaje y Estrategias de Aprendizaje: un estudio en discentes de postgrado. *Journal of Learning Styles*, 5(10).
- Delanty, G. 2002, *Challenging knowledge: The university in the knowledge society*, The Society for Research into Higher Education & Open University Press, Buckingham. Disponible en: <http://www.mheducation.co.uk/openup/chapters/033520578X.pdf>.
- Deterding, S., Sicart, M., Nacke, L., O'Hara, K., & Dixon, D. (2011, May). Gamification. using game-design elements in non-gaming contexts. In *CHI'11 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems* (pp. 2425-2428). ACM.
- Domínguez, D. C. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 33, 45-68.
- Esteve, F., Adell, J., & Gisbert, M. (2013, July). El laberinto de las competencias clave y sus implicaciones en la educación del siglo XXI. In *II Congreso Internacional Multidisciplinar de Investigación Educativa*.

Fontalvo, H., Iriarte, F., Domínguez, E., Ricardo, C., Ballesteros, B., Muñoz, V., & Campo, J. D. (2011). Diseño de ambientes virtuales de enseñanza aprendizaje y sistemas hipermedia adaptativos basados en modelos de estilos de aprendizaje. Zona Próxima, (8).

Granados, N., y Boude, O. (2015). *Propuesta para reestructurar la asignatura aplicaciones informáticas en la universidad de la sabana* (Maestría). Universidad de La Sabana, Maestría en informática educativa, Centro de tecnologías para la academia.

Hargreaves, A. 2003, Enseñar en la sociedad del conocimiento, Octaedro, Madrid.

Kapp, K. M. (2012). The gamification of learning and instruction: game-based methods and strategies for training and education. John Wiley & Sons.

Mattelart, A. 2007. *Historia de la sociedad de la información*, Paidós, España.

Ministerio de Educación Nacional. (2008). Ruta de apropiación de TIC en el Desarrollo Profesional Docente.

Ministerio de Educación Nacional. (2013). Competencias TIC: para el desarrollo profesional docente.

Moreira, M. A., & Pessoa, M. T. R. (2012). De lo sólido a lo líquido: Las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. *Comunicar*, 19(38), 13-20.

Multigner, G. (1994). ¿ Sociedad interactiva o sociedad programada?. In *Apuntes de la sociedad interactiva: autopistas inteligentes y negocios multimedia* (pp. 421-428). Universidad Internacional Menéndez Pelayo.

Larrondo, A. (2010). Propuesta metodológica para una aproximación empírica a los géneros ciberperiodísticos. *ZER*, 15(29), 157–174. Recuperado de: <http://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/1648>

Lee, J. J., & Hammer, J. (2011). Gamification in education: What, how, why bother?. *Academic Exchange Quarterly*, 15(2), 146.

León, Y. D. V. R. (2011). Presentación de contenidos en entornos educativos virtuales basada en la adaptación a los estilos de aprendizaje. *Etic@ net*, 9(11), 306-321.

Orellana, N., Bo, R., Belloch, C., & Aliaga, F. (2010). Estilos de aprendizaje y utilización de las TIC en la enseñanza superior.

Proyecto Tuning 2003, *Tuning Educational Structures in Europe: La contribución de las universidades al proceso de Bolonia*, Universidad de Deusto, España.

RAE (2001). *Diccionario de la lengua española* (22.^a ed.). Consultado en <http://www.rae.es/rae.html>

Rafaeli, S. (1988) "Interactivity: From new media to communication, Sage Annual Review of Communication Research: Advancing Communication Science Vol. 16 p. 110-134, Sage: Beverly Hills, CA.

Rey, G y Novoa, J. (2002). Medios digitales de Colombia. Recuperado de: http://consejoderedaccion.org/documentos/emprendimiento/estudio_medios_digitales_2012.pdf

Rost, A. (2006). La interactividad en el periódico digital. Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperado de: <http://tdx.cesca.cat/handle/10803/4189>

Salaverría, R. (2005). Cibermedios: el impacto de Internet en los medios de comunicación en España (Vol. 15). Comunicación Social.

Salazar, S. F., & Sánchez, P. M. (2011). Hacia la construcción del saber pedagógico en las comunidades académicas: un estudio desde la opinión de docentes universitarios. *Actualidades Investigativas en Educación*, 10(2).

Sampieri, R. H., Collado, C. F., Lucio, P. B., & Pérez, M. de la L. C. (1998). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill México.

Secretaria de Educación de Bogotá (2015). Bogotá avanza en la implementación de las TIC en la educación pública. Recuperado de: <http://www.bogota.gov.co/infancia/noticias/Bogota-avanza-en-la-implementacion-de-las-TIC-en-la-educacion-publica>.

Tedesco, J. 2000, *Educación en la sociedad del conocimiento*, Fondo De Cultura Económica de Argentina S.A., Argentina.

López, M. T., Solana, Y. M., & Mendoza, P. A. (2010). Nuevos entornos, nuevas demandas, nuevos periodistas. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 16, 79-94.

Túñez, M. (2009). Jóvenes y prensa en papel en la era Internet. Estudio de hábitos de lectura, criterios de jerarquía de noticias, satisfacción con los contenidos informativos y ausencias temáticas. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 15, 503-524.

Varela Navarro, G. A. (2013). Personalización adaptativa de recursos educativos basados en estilos de aprendizaje. *Revista Apertura*, 4(2).

Williams, F., Rice, R.E. & Rogers, E.M. (1988). *Research methods and the new media*. New York: The Free Press.