

Hábitos de comunicación de la información en Ambientes Virtuales de Aprendizaje: el caso de la Universidad Virtual del Estado de Guanajuato

Information communication habits in Virtual Learning Environments: the case of the Virtual University of the State of Guanajuato

Miguel Ángel Hernández Briseño
Universidad Virtual del Estado de Guanajuato
aghernandez@uveg.edu.mx
Orcid (0009-0004-2049-0411)
Guanajuato – México

*Autor/a de Correspondencia: 4731146774

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Recepción: 25/03/2025

Aceptación: 22/05/2025

Publicación: 05/06/2025

Resumen

En este artículo se investigó la manera en cómo los usuarios de un ambiente virtual de aprendizaje consumen y comparten información, es decir, ¿qué hábitos de comunicación de la información poseen los usuarios de un ambiente virtual de aprendizaje? La investigación concentró sus esfuerzos en el caso de la plataforma del Ambiente Virtual de Aprendizaje (AVA) de la Universidad Virtual del Estado de Guanajuato (UVEG). La metodología elegida fue un enfoque cualitativo con un diseño de investigación descriptivo y exploratorio. Como instrumento de recopilación de datos se aplicó una encuesta cualitativa cuyos resultados se analizaron utilizando el esquema de Jensen (2013). Mediante dicho esquema se desarrolló una descripción unidimensional para definir el término “hábitos de comunicación”, posteriormente se desarrolló una descripción multidimensional para realizar una codificación “descendente” que orientó la síntesis final. Como hallazgos más relevantes el autor identificó que los usuarios de la plataforma de UVEG poseen hábitos de comunicación orientados al consumo de

información preferentemente de fuentes oficiales y en segundo lugar de redes sociales pero muestran escasos hábitos de compartir información. Como conclusión más interesante se identificó que los usuarios de la plataforma tienden a mostrar poco contacto con otros usuarios lo que indica una “densidad de red” limitando la dispersión de información y reduciendo la efectividad de la misma.

Palabras clave: hábitos, comunicación, información, compartir, consumir

Abstract

This article investigated how users of a virtual learning environment consume and share information. That is, what information communication habits do users of a virtual learning environment have? The research focused on the Virtual Learning Environment (VLE) platform of the Virtual University of the State of Guanajuato (UVEG). The methodology chosen was a qualitative approach with a descriptive and exploratory research design. A qualitative survey was used as a data collection instrument, the results of which were analyzed using Jensen's (2013) framework. Using this framework, a one-dimensional description was developed to define the term "communication habits." A multidimensional description was then developed to perform "top-down" coding that guided the final synthesis. The author identified the most relevant findings as: UVEG platform users have communication habits oriented toward consuming information primarily from official sources and secondarily from social media, but they show few information-sharing habits. A more interesting conclusion was found: platform users tend to have little contact with other users, which indicates a "network density" that limits the dispersion of information and reduces its effectiveness.

Keywords: habits, communication, information, sharing, consuming

1. Introducción

En la actualidad diversas actividades humanas han sufrido transformaciones radicales; la educación no ha sido la excepción. Desde el siglo XX se han registrado avances en las tecnologías de la comunicación y la información (TIC's) que han propiciado una transformación en la que los procesos educativos han desarrollado cambios y nuevos esquemas de enseñanza-aprendizaje entre ellos la educación virtual como evolución de la educación a distancia.

Por otra parte la emergencia de la pandemia de Sars-Cov-2 (Covid-19) que se registró en todo el planeta trajo consigo otros cambios en los procesos educativos contemporáneos el confinamiento global y la suspensión de las actividades educativas presenciales.

Ambos hechos (el crecimiento de las tecnologías educativas y el reciente impulso a la educación virtual) fomentan el desarrollo de programas y modalidades de estudio a distancia y virtuales que han experimentado un crecimiento exponencial.

Sin lugar a dudas la educación virtual es un recurso valioso que ha sido rápidamente valorado por usuarios, gobiernos e instituciones debido al carácter disruptivo que esta modalidad educativa entraña, es decir, es un tipo de educación que rompe las barreras del espacio y del tiempo lo que permite que la gestión del conocimiento por parte de los usuarios abarque un gran abanico de posibilidades.

No obstante, el mero hecho de valerse de las TIC's no es garantía de un proceso de enseñanza-aprendizaje terso y exento de problemáticas. Una de las problemáticas que acarrear los sistemas de educación virtual radica en la falta de información disponible sobre los hábitos de comunicación de la información (*hábitos de comunicación* en lo sucesivo) que poseen los usuarios de Ambientes Virtuales de Aprendizaje (AVA).

El presente artículo surge como una iniciativa para reflexionar sobre los hábitos de comunicación que poseen los alumnos y usuarios de la UVEG ya que parece existir un porcentaje de alumnos que desconocen procesos, normativas, herramientas académicas y muchos otros aspectos de la oferta educativa de la UVEG instituidos para su propio beneficio.

El foco de la investigación se centra en la manera en cómo es que los alumnos/usuarios interactúan con el AVA de la UVEG, es decir, en sus hábitos de comunicarse con la plataforma.

Ante tal escenario surge la duda sobre cómo se informa la comunidad universitaria acerca de los aspectos académicos y administrativos de la plataforma de la UVEG, es decir, ¿cuáles hábitos de comunicación poseen los alumnos/usuarios de Ambientes Virtuales de Aprendizaje?, o dicho de manera más específica: ¿cuáles son los hábitos de comunicación de la información que poseen los alumnos/usuarios de la plataforma de la UVEG?

2. Objetivos de investigación

2.1 Objetivo general

Obtener datos sobre los Hábitos de comunicación de la información de los usuarios de la plataforma de la UVEG mediante una investigación con enfoque cualitativo se pretende.

2.2 Objetivos específicos

El primer objetivo específico es generar y aplicar una encuesta. Mediante esta encuesta se intenta conocer los hábitos de comunicación de la información de los usuarios de la plataforma de la UVEG.

El segundo objetivo consiste en analizar los datos obtenidos de la encuesta con ello se pretende conocer cómo se organizan los participantes en la plataforma para consumir y compartir la información que reciben de la plataforma de la UVEG entre sus compañeros.

El tercer objetivo específico es generar una reporte sobre los resultados de la investigación en los que se intentará socializar los resultados de la misma mediante la presentación de este artículo de investigación.

3. Marco teórico

A continuación se presentan el marco guía con los materiales que fueron utilizados para el diseño y desarrollo de esta investigación, así como para la generación de datos para la publicación del presente artículo de investigación.

Miguel Ángel Hernández - Briseño

El lector debe comprender que uno de los primeros obstáculos que esta propuesta encontró es la escasa documentación específica que apoye el tema de esta investigación por lo cual se mencionan las siguientes fuentes relacionadas con el tema.

Tras la revisión del estado del arte sobre las investigaciones que logren definir “hábitos de comunicación” se ha detectado que estas son escasas o nulas. La noción más cercana es la de “hábitos de conexión” (Cortés, et. al.) y aunque ésta se ha establecido para el estudio de la conexión de usuarios de redes sociales virtuales, ofrece un primer indicio para definir el objeto de estudio de esta investigación. Lo primero que debe tomarse en cuenta es el ámbito en que la investigación de Cortés tiene cabida:

[...] nuestro trabajo presenta una aproximación a los hábitos de conexión entre estudiantes universitarios en dichas redes, lo que a futuro permitirá aprovechar estas plataformas para lograr una comunicación exitosa entre los actores. Así, la caracterización de los usos, hábitos y consumo de las redes sociales virtuales cobra gran relevancia. (Cortés, Zapata, Menéndez, Canto, 2015, p. 100)

Líneas más adelante los propios autores definen “hábitos de conexión” en redes sociales virtuales. Así pues, según Cortés et. al., estos hábitos se definen como:

[...] la interacción social –el contacto con otras personas y la participación conjunta en actividades diversas– se entablan importantes procesos, como la socialización, la integración grupal y la construcción de la identidad.

A la llegada del siglo XXI, sin embargo, las formas de comunicación e interacción entre individuos cambiaron de manera importante. En ciertos contextos socioeconómicos y socioculturales, ya no sólo se mantiene contacto con las personas de manera directa –física, interpersonal, cara a cara–, sino también de manera virtual, con la mediación de tecnologías digitales como la telefonía móvil y la Internet. (Cortés, Zapata, Menéndez, Canto, 2015, pp. 100-101).

A partir de la definición suministrada se aprecian dos aspectos relevantes con relación a estos “hábitos de conexión” que deben tomarse en cuenta: tienen como base la interrelación entre individuos y esta interrelación se da en contextos presenciales o virtuales.

Tomando en cuenta los conceptos anteriores y parafraseando a los investigadores citados (Cortés, et. al.) en este artículo se define “hábitos de comunicación” como:

los modos y maneras de socializar, interactuar y compartir información (mensajes y pautas de comportamiento, enseñanza y aprendizaje) en un contexto virtual mediado por la tecnología de la información y la comunicación.

Esta definición toma en cuenta la interrelación entre individuos que se comunican mediante las tecnologías de la información y la comunicación en contextos de enseñanza-aprendizaje virtuales.

Por otra parte, un concepto complementario a la definición de “hábitos de comunicación” en ambientes virtuales, es el de “comunicación efectiva”. Es importante debido a que como lo señala Bravo Alvarado:

[...] la educación virtual, exige de una comunicación efectiva constante a través de la interacción recíproca y frecuente entre docentes y estudiantes, donde el intercambio, diálogo, reflexión y consolidación del conocimiento conlleve a mejorar la concreción de los objetivos educativos. (Bravo Alvarado, 2021, p.3)

De esta manera la noción de “hábitos de comunicación en AVA” se robustece con este aporte y quedaría definida de la siguiente manera:

hábitos de comunicación son los modos y maneras de socializar, interactuar y compartir de manera efectiva información (mensajes y pautas de comportamiento, enseñanza y aprendizaje) en un contexto virtual mediado por la tecnología de la información y la comunicación.

Desde este punto de vista en esta investigación lo que se ha explorado es la manera en cómo se dan estos hábitos de comunicación o *modos y maneras de socializar, interactuar y compartir de manera efectiva información (mensajes y pautas de comportamiento, enseñanza y*

aprendizaje) en el AVA o “plataforma” (LMS) de la Universidad Virtual del Estado de Guanajuato.

4. Metodología

Una vez expuesto el problema, los objetivos y sobre todo el marco teórico que ha permitido configurar un concepto de “hábitos de comunicación” es momento de presentar la metodología que fue utilizada para identificar dichos hábitos de comunicación (es decir, de socializar, interactuar y compartir información de manera efectiva en un AVA).

4.1. Enfoque y diseño

El tipo de enfoque metodológico que se ha elegido para el desarrollo del proyecto de investigación será de corte cualitativo debido a que es importante establecer que se desea identificar “hábitos de comunicación” y estos se caracterizan como podrá apreciarse más adelante por los tipos de relaciones que se dan entre participantes de un curso virtual más que por la cantidad de interacciones.

La investigación presentará un diseño de investigación descriptivo que según Schmelkes se define como: “Muchas investigaciones tienen un objetivo descriptivo. Cuando no existe información sobre algún tema, la investigación es útil” (2010, p.52-53). La investigación tiene entonces un diseño descriptivo debido a que pretende generar un documento que defina de manera perentoria el concepto de “hábitos de comunicación” dado que es un tema escasamente explorado en la literatura relacionada sobre ambientes virtuales de aprendizaje.

Por otro lado y de manera complementaria, la investigación también intentará indagar cómo es que estos “hábitos de comunicación” pueden ser caracterizados mediante acciones concretas por lo que la investigación tendrá un contenido exploratorio que se define de la siguiente manera:

Algunos informes de investigación se centran en la exploración de algún tema de interés. Este objetivo implica conclusiones indeterminadas o bien, tentativas; por eso es importante que esto se indique. Los lectores deben saber que la intención

es solamente indagar el estado de una situación específica. Por lo general, este tipo de investigación es útil en la toma de decisiones. (Schmelkes,2010, p.53).

De esta manera es evidente que este diseño de investigación se compagina con los intereses y objetivos de la presente indagación ya que se pretende explorar un tema que muestra escasa literatura al respecto y se ofrecen conclusiones tentativas a manera de aproximación al final de este artículo.

4.2. Muestra

Aunque las fuentes varían mucho entre sí, según los datos de gobierno del estado de Guanajuato y de la propia UVEG para el año de 2023 la matrícula de la Universidad ascendió a 44,812 usuarios registrados para ese periodo como puede apreciarse en la siguiente figura:

Año	Matrícula	Fuente
2021	28,612	Tv4 Guanajuato
2021	31,201	AM/Guanajuato
		Secretaría de Economía
2022	33,082	Federal
2023	47,000	Zona Franca
2023	44,812	Gobierno Guanajuato

Figura 1. Matrícula UVEG reportada por diversas fuentes entre 2021 y 2023. Nota:

Elaboración propia con base en los datos del estudio.

La muestra fue calculada a partir de considerar un nivel de confianza del 90% con un margen de error de +/- 5% resultó en un total de 271 encuestas. La muestra calculada al considerar un nivel de confianza de 95% con un margen de error de +/- 5% arrojó el dato de 384 encuestas. Como se ha mencionado se buscó llegar la opción 2 (384 encuestas como mínimo) sin embargo no se descartó la opción 1 (271 encuestas) para cubrir la muestra mínima con un máximo de confianza posible.

4.3. Instrumento de recogida de datos

Como instrumento de recogida de datos se utilizó y aplicó una encuesta para su interpretación cualitativa debido a que esta es la técnica más común en investigación cualitativa además de que es factible de aplicarse en una comunidad de aprendizaje virtual mientras que técnicas como la entrevista, la observación o la historia de vida resultan muy complicadas para su aplicación en medios virtuales.

Por la razón anterior la encuesta se aplicó vía Internet en razón de que la población objetivo de donde se obtuvo la muestra no se encuentra reunida en un lugar físico en virtud de ser alumnos de una institución educativa en línea.

Este instrumento se aplicó a estudiantes/usuarios activos de diferentes programas de estudio de la UVEG, por ello y con el objetivo de alcanzar la muestra mínima, la encuesta se dispersó a través de grupos de Facebook© organizados por alumnos de la Universidad aunque son grupos que no pertenecen oficialmente a la misma institución.

Lo que se buscó fue la máxima participación posible para lograr cumplir con la muestra fijada -y que fue definida anteriormente- para cumplir los objetivos de esta investigación y con ello ganar mayor certeza de los datos que se obtuvieron.

En tanto la encuesta, se utilizó el esquema de Jansen (20213). El cuestionario presentó una sección para conocer y establecer un perfil socio-demográfico de los participantes y una sección cualitativa para desarrollar una descripción exploratoria, es decir, que ofrece una primera aproximación para este tema que es poco explorado; se optó por un diseño estructurado con preguntas cerradas ya que el diseño de encuesta estructurado permitió avanzar en la categorización cualitativa de los resultados.

El foco de esta encuesta de acuerdo con Jansen (2013) es el de conocer la diversidad; en el caso de esta investigación se enfoca en la diversidad de prácticas comunicativas que se interpretan como los hábitos de comunicación entre los alumnos y usuarios de la UVEG. Hay que considerar que la encuesta no es cuantitativa sino cualitativa debido a que:

El tipo de encuesta cualitativa no tiene como objetivo establecer las frecuencias, promedios u otros parámetros, sino determinar la diversidad de algún tema de interés dentro de una población dada. Este tipo de encuesta no tiene en cuenta el

número de personas con las mismas características (el valor de la variable) sino que establece la variación significativa (las dimensiones y valores relevantes) dentro de esa población. (Jansen, 2013, p.43)

Para organizar y analizar la encuesta se utilizó el esquema de Jansen (2013). Una descripción breve del modelo de Jansen es la siguiente: en primer lugar es preciso considerar que la encuesta cualitativa no busca frecuencias sino diversidad, es decir, no busca una descripción numérica sino de las diversas acciones que conforman los “hábitos de comunicación” objeto de investigación. De esta manera Jansen define su esquema de la siguiente forma:

Propongo combinar estas dos tipificaciones [descripción superficial e interpretación teórica] en una clasificación del análisis de las encuestas cualitativas que posea tres niveles: una descripción unidimensional, una descripción multidimensional y una explicación. La descripción unidimensional implica organizar los datos en objetos, en dimensiones para cada objeto y en categorías para cada dimensión, mientras que la descripción multidimensional sintetiza las dimensiones o categorías en conceptos más abstractos o tipologías. Por su parte, la explicación relaciona categorías descriptivas o dimensiones a un contexto (social, biográfico, sociohistórico, político, etc.). Muy a menudo, la descripción y explicación se entrelazan en el proceso de análisis. (Jansen: 2013, p. 53 y 54. Nota: el agregado entre corchetes es mío)

A partir de este punto se obtuvieron categorías y subcategorías de interpretación del análisis que están predeterminadas ya que la encuesta, como se ha mencionado, presentó un diseño estructurado. Los resultados de la encuesta ofrecieron categorías que son la base en la interpretación de la manera en que se comunican los alumnos de la UVEG con sus asesores, compañeros y con la institución misma en tanto sus aspectos administrativos.

Definido el diseño, la muestra y con los resultados obtenidos en la encuesta en la que se cumplió el escenario #1 de la muestra (272 respuestas) para obtener un 90% de precisión, tenemos los siguiente resultados.

4.4. *Categorías y sub-categorías*

El lector debe recordar que esta investigación buscó indetificar qué hábitos de comunicación poseen los alumnos de la UVEG, es decir, ¿cómo se comunican?, ¿lo hacen través de los medios institucionales o de las redes sociales? ¿con qué frecuencia? ¿con cuántos compañeros se comunican?

Tomando en cuenta la definición de hábitos de comunicación (que se expuso en 3. Metodología) fue posible estructurar el siguiente cuadro en el que se presenta de manera *descendente* (a partir del modelo propuesto por Jansen) las categorías y sub-categorías del problema de investigación y que se exponen a continuación:

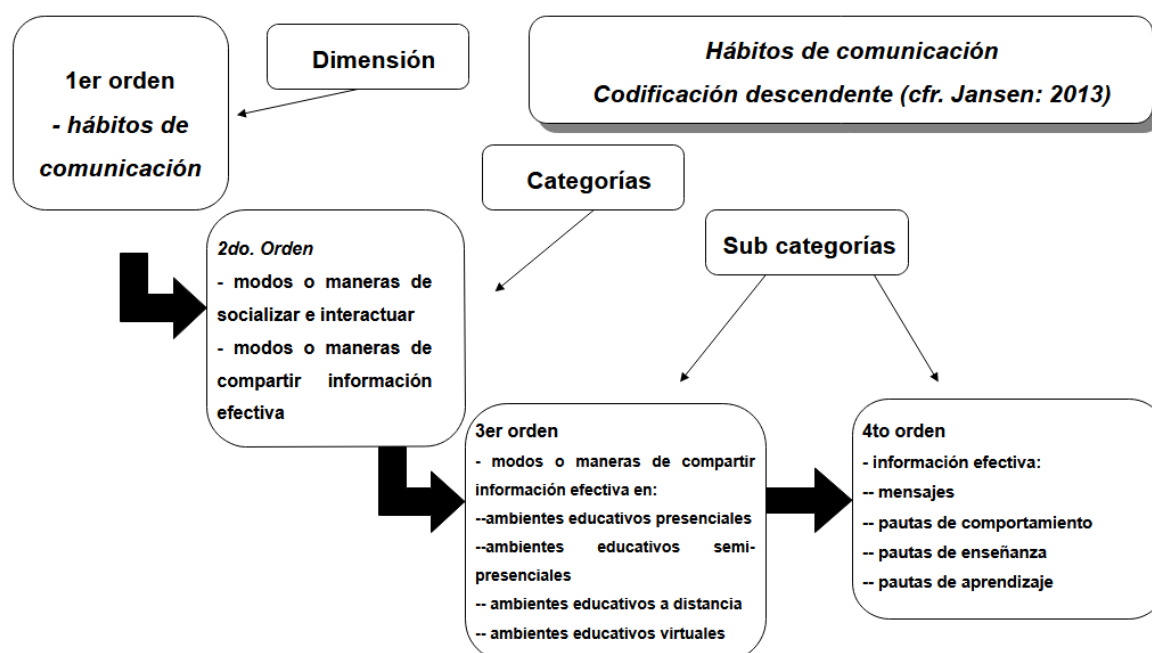


Figura 2. Hábitos de comunicación: categorías y sub-categorías. Nota. Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos a partir de la aplicación de la encuesta y del esquema de Jansen.

Siguiendo a Jansen y a partir de la información obtenida fue posible precisar las categorías y sub-categorías del problema que se investiga. En este sentido la dimensión u objeto central es el hábito de comunicación (primer orden), a partir de ella y derivada de la información de la encuesta es posible apreciar una ruta que implica la existencia de, por lo menos, dos tipos de hábitos de comunicación o categorías (segundo orden): el primer hábito o categoría es el que implica modos o maneras de socializar e interactuar (algo que puede hacerse en los entornos

virtuales de aprendizaje pero también en las redes sociales); el segundo hábito o categoría es el de consumir y compartir información.

Ahora bien, dentro las categorías (segundo orden) el hábito de compartir información se subdivide a su vez en otras sub-categorías (de tercer orden). En este nivel es posible apreciar que el hábito de compartir información puede darse en diferentes sistemas o ambientes educativos, por ejemplo, puede dispersarse o consumirse información en ambientes de aprendizaje presenciales o virtuales. Como se ha mencionado en esta investigación nos hemos centrado en *los hábitos de comunicación de información efectiva en ambientes virtuales de aprendizaje*.

Finalmente en el cuarto orden de sub-categorías es posible apreciar también una ramificación del tipo de *información efectiva* que puede dispersarse en un ambiente virtual de aprendizaje en las que resaltan los mensajes (escritos, en audio o en vídeo) y las pautas de aprendizaje y enseñanza (los mensajes que se envían y comparten entre usuarios mediante correo o alguna función o *app* dentro de un o plataforma educativa).

Con esta sección se concluye la exposición del aparato crítico de esta investigación así como la descripción del problema al que se abocan los esfuerzos de la misma; a continuación se procede al análisis de los resultados de la encuesta para avanzar en la tarea de identificar hábitos de comunicación.

5. Resultados y discusión

En esta sección se analizaron los resultados de la encuesta configurada conforme al esquema de Jansen, hay que recordar que no se buscan frecuencias o promedios, sino que se busca conocer la diversidad de experiencias de los usuarios de la plataforma AVA de la UVEG. De esta manera se han obtenido los siguientes datos que se presentan en los tres apartados siguientes.

5.1. Perfil socio-demográfico

El primer bloque de preguntas tiene un diseño de preguntas cerradas y abiertas con el fin de conocer el perfil demográfico del grupo de población participante en la encuesta.

- En primer lugar se registró mayor participación de compañeras estudiantes, aunque la participación entre mujeres y hombres es muy pareja.
- En segundo lugar se registró que la edad de participación osciló entre los 24 y los 60 años con una media alrededor de los cuarenta años; este aspecto es relevante ya que nos informa que la encuesta se focalizó en el grupo de población adulto con actividad laboral lo que impacta en la gestión del tiempo ante plataforma.

La situación anterior tiene implicaciones ya que puede inferirse que al tratarse del grupo de edad de adultos en edad productiva su disponibilidad de tiempo es limitada y las dinámicas en el uso de Internet son distintas a otros grupos de población que también son usuarios de la plataforma de la UVEG, por lo que se desprende que para un estudio más profundo habría que aplicar una encuesta similar entre alumnos del bachillerato UVEG, o bien, realizar una encuesta específica para ellos, lo que por razones de tiempo y circunstancias no fue posible aplicar en este estudio.

- En tercer lugar tenemos que participaron alumnos de la UVEG de varios estados de la República mexicana y varios estados de la Unión Americana lo que le da un carácter amplio al ejercicio realizado en esta investigación.
- En cuarto lugar la mayoría de los encuestados tiene acceso a internet desde casa, la mayoría posee un pc o un *smartphone*, y en algunos casos *tablet*. Esto nos habla que el nivel de marginación económica y digital es bajo entre la población de la UVEG sin embargo, es preciso señalar que estos datos deben contextualizarse ya que obviamente no representa a la totalidad de estudiantes a nivel nacional sino a los que utilizan el sistema virtual de la Universidad.

La datos expuestos anteriormente demuestran que la encuesta no se contaminó -por decirlo de algún modo- con personas que no son usuarios del ambiente virtual de aprendizaje de la UVEG ya que las respuestas son consistentes con el perfil de los usuarios.

En correspondencia con el esquema de Jansen esta sección de la encuesta no es la sección primordial ya que ofrece un perfil muy homogéneo en tanto al perfil de usuarios que utilizan la plataforma de la UVEG (adultos en edad económicamente productiva que trabajan y estudian) como lo muestran los resultados consignados al final en el Figura 3.

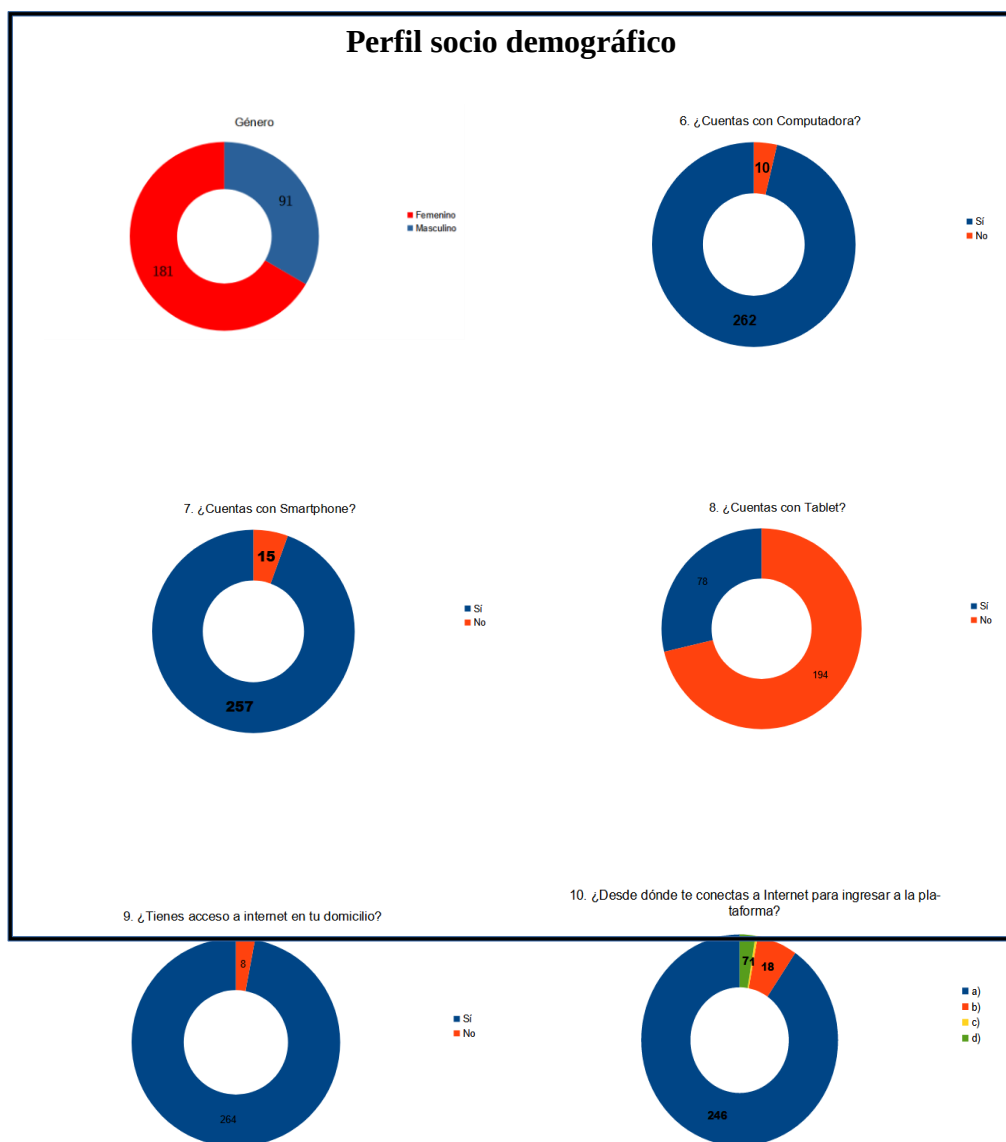


Figura 3. Perfil socio demográfico. Nota. Elaboración propia a partir de los resultados del estudio.

5.2. Hábitos de comunicación durante el curso modular

De la pregunta 11 a la pregunta 16 la encuesta centra su atención en la posesión de hábitos de comunicación, o carencia de ellos, durante el periodo de un curso modular por parte de cualquier usuario (Cuadro 4).

- El hábito más común reportado es *consumir* información efectiva en su modalidad de mensajes y pautas de comportamiento (por ejemplo, fechas de entrega de evidencias, asignaciones, etc.). Esto se desprende de los datos de la pregunta 11 que dice: “¿Cuando ingresas a un curso modular cuál es la primera acción que realizas?”, en la que la opción

Miguel Ángel Hernández - Briseño

mayormente preferida con 93 respuestas fue la opción D: “Conocer la bienvenida y cronograma en la sección Avisos”, lo que demuestra que los participantes en un curso modular consumen o reciben información de manera preferente de los asesores o facilitadores.

La situación anterior se confirma al observar que revisar la sección de Avisos no es la primer acción que realizan los participantes pero definitivamente sí es una actividad que la gran mayoría realiza durante los cursos lo que se demuestra con la respuesta a la pregunta 12 que dice: “¿Cuándo ingresas a la sección de Avisos del curso modular?” y cuya respuesta preferente fue: “a) Reviso todos los mensajes del asesor en su totalidad” mostrando una abrumadora mayoría de respuestas afirmativas contra sólo 14 negativas.

Aunado a lo anterior, pese a que revisar la sección de Avisos puede no ser la primera acción de un participante en un curso, si se puede afirmar que en algún momento del curso los participantes realizan consultas al tablero de Avisos para estar al tanto de las noticias, mensajes y otros insumos suministrados por el asesor para las actividades de aprendizaje. Esto se demuestra al atender las respuestas a la pregunta 13 que dice: “¿Con qué frecuencia revisas la sección de Avisos del curso modular?” y en la que sólo un muy pequeño grupo de participantes (3) señalan que revisan el tablero en los últimos momentos del curso modular lo que demuestra que globalmente la comunidad educativa tiene el hábito de obtener información con regularidad desde los canales oficiales durante un curso modular.

- Un segundo hábito que es posible identificar es el de *compartir* información en ambientes virtuales en su modalidad de compartir pautas de aprendizaje, pautas de enseñanza, pautas de comportamiento o mensajes realizando esta acción por canales o vías oficiales del programa académico (plataforma en línea y correo institucional) lo que es evidente al revisar las respuestas a la pregunta 16 que dice: “Cuando tienes una actividad en equipo durante el curso modular ¿mediante qué recurso compartes información?”.

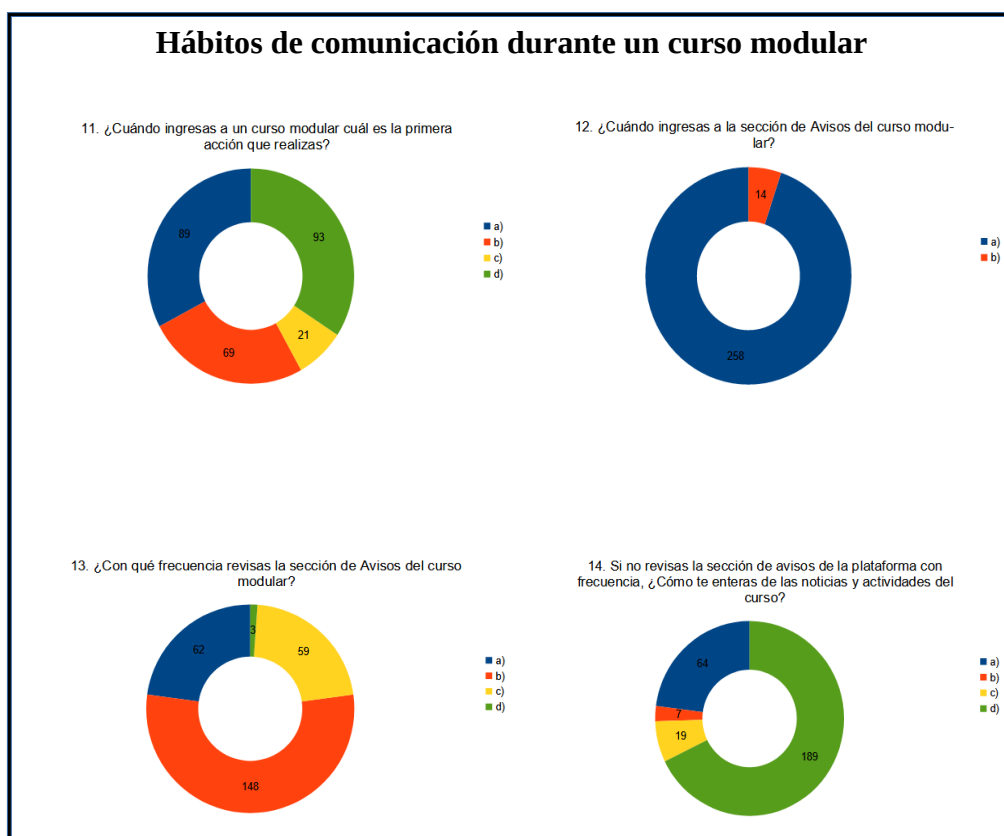
Las vías preferidas en primer lugar son las institucionales, es decir, el mensajero de la plataforma y el correo electrónico institucional (con un combinado de 166 respuestas); en segundo lugar los participantes en un curso modular dispersan información mediante las redes sociales que fueron mencionadas 80 veces por los participantes en la encuesta.

Aunado a lo anterior algunos participantes también comparten información en redes sociales de manera alterna a los medios institucionales como lo demuestran las respuestas a la pregunta

14: “Si no revisas la sección de avisos de la plataforma con frecuencia, ¿cómo te enteras de las noticias y actividades del curso?”. Las redes preferidas son *Whatsapp* y *Facebook* con 71 menciones combinadas; también comunicarse por medio de llamada telefónica se considera un recurso útil con 19 respuestas. Destaca en esta pregunta que la mayoría prefiere utilizar el correo electrónico institucional por sobre otras opciones con 189 respuestas.

- El dato más relevante proviene de la pregunta 15 que dice: “Durante el curso modular que cursas actualmente ¿con cuantos compañeros de grupo has interactuado?”, y en la que se obtuvo la mayoría de respuestas D (Ninguno), lo que muestra que casi dos tercios (162 respuestas) de los participantes no interactúan o se comunican con otros compañeros durante un curso modular y sólo un poco más de un tercio (110) de los participantes admiten tener poco contacto con otros compañeros durante el mismo periodo.

Si cruzamos esta información con la pregunta 12 tenemos que la gran mayoría de los participantes en la encuesta consume o recibe información pero también un gran número no comparte o dispersa información. Por otra parte del grupo que sí comparte información un porcentaje no lo hace por las vías institucionales y lo hace de manera paralela mediante redes sociales. Esto pone en evidencia varias áreas de oportunidad que serán exploradas en la sección de Conclusiones de este artículo.



Miguel Ángel Hernández - Briseño

15. Durante el curso modular que cursas actualmente ¿con cuántos compañeros de grupo has interactuado?

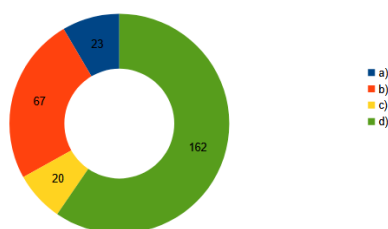


Figura 3. Hábitos de comunicación durante un curso modular. Nota. Elaboración propia a partir de los resultados del estudio.

5.3. Hábitos de comunicación durante el programa de estudios

De la pregunta 16 a la pregunta 19 la encuesta centra su atención en la posesión o carencia de hábitos de comunicación durante la estadía en el programa de estudios de un participante en su relación con la UVEG (Cuadro 5).

- Nuevamente uno de los hábitos que se aprecia de inmediato es que los alumnos *consumen* información en la modalidad de mensajes a través del portal institucional o las redes sociales como lo muestra la pregunta 17 que dice: “¿Mediante qué recurso te enteras de una noticia, aviso o convocatoria de la UVEG?”, mostrando en las respuestas preferencia por los canales oficiales (portal y correo institucionales) cuya respuesta es de 247 respuestas contra 22 que prefieren las redes sociales (institucionales).

- Una respuesta que generó perplejidad en el transcurso de esta investigación es la que se dio a la pregunta 18 que dice: “¿Habitualmente interactúas con otros compañeros de UVEG aunque no estén en tu mismo curso modular?, y si es el caso, ¿mediante qué recurso compartes información?” en el que una mayoría eligió la opción D: “No comparto información” con 156 respuestas, mientras 116 participantes sí comparten información y eligieron canales institucionales o redes sociales para hacerlo. Esto significa que más de la mitad de las personas no comparte información, sin embargo, esto contrasta con los siguientes datos.

- En la pregunta 19 que dice: “Durante tu estancia en el programa de estudios que cursas ¿con cuántos compañeros de la UVEG has interactuado?”, se obtuvieron las siguientes respuestas: 14 personas señalan haber interactuado por lo menos con 1 persona; 96 personas señalan haber

interactuado con un promedio de 2 a 5 personas; y 116 participantes en la encuesta mencionan haber interactuado con más de 5 personas durante su estancia en el programa académico.

A partir de estas respuestas emerge una aparente contradicción con relación al patrón encontrado en la pregunta 15 que mostró que sólo un tercio de los participantes en los programas de estudio mantienen contacto para socializar o para compartir información de manera efectiva durante un curso modular.

Como lo muestra la pregunta 19, la sumatoria indica que 226 participantes en la encuesta han interactuado por lo menos con otro participante pero, si no intercambian o comparten información, quedan dudas sobre cómo es que interactúan y qué tan intensa o frecuente es esa interacción.

Este punto anterior implica lo que los teóricos de sistemas complejos denominan densidad red lo que se define como:

La densidad de la red es la propiedad que mide la proporción de las relaciones presentes en ella sobre el máximo número de relaciones que pueden existir. El número máximo de relaciones está determinado por el número total de nodos que hay en la red (Wasserman y Faust, 1994). La densidad de la red es minimizada cuando no existen relaciones entre los actores y es maximizada cuando todos los actores están relacionados entre sí (Reagans y Zuckerman, 2001). (García Hernández, 2013)

Ahora bien, en el caso de la pregunta 19 y el problema planteado (escasa interacción) tenemos una baja densidad de red lo que significa que cada nodo (cada usuario/alumno) cuenta con pocos links hacia otros nodos, es decir, con poca comunicación, de donde se desprende que una baja densidad de red implica escasa comunicación o como lo expone García Hernández:

El tamaño de la red es la propiedad que mide el número de actores o individuos que participan en la red social (Tichy *et al.*, 1979). Cuanto mayor sea el número de contactos de un nodo, mayor será su red y los recursos, la información o el conocimiento a los que tiene acceso. (2013)

De esta manera es posible apreciar que el mayor número de participantes en contacto puede coadyuvar en generar redes con una densidad robusta, sin embargo por lo visto anteriormente este número no es particularmente grande; este problema será mencionado en la siguiente sección correspondiente a las conclusiones del artículo y síntesis de los resultados obtenidos según el esquema que se utiliza en esta investigación (Jansen: 2013).

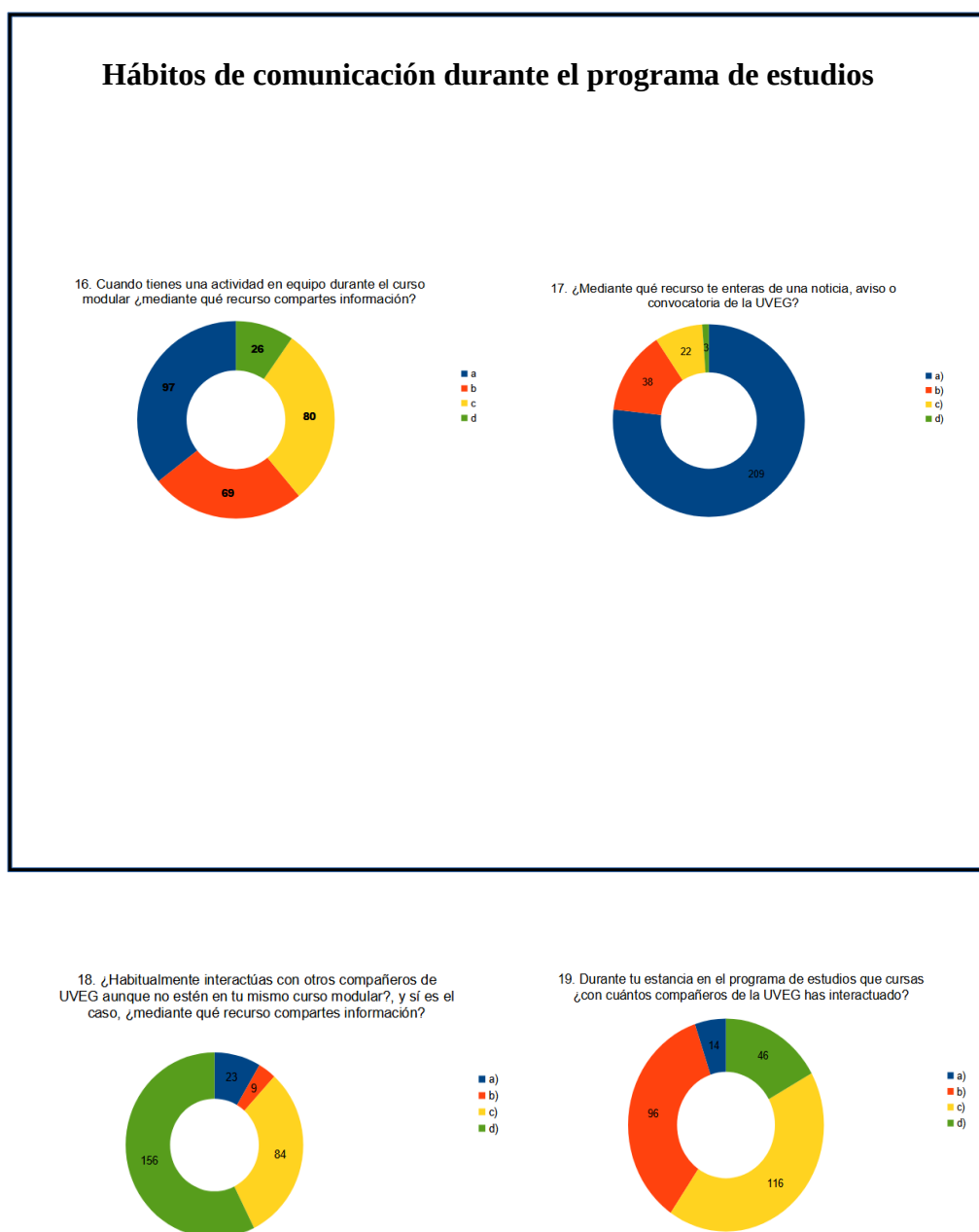


Figura 5. Hábitos de comunicación durante el programa de estudios. Nota. Elaboración propia a partir de los resultados del estudio.

6. Conclusiones

En este punto de la investigación es preciso recordar al lector que el interés de la misma consiste en responder ¿cuáles son los hábitos de comunicación de la información que poseen los alumnos/usuarios de la plataforma de la UVEG? Para tal efecto se levantó una encuesta cualitativa que intentó indagar sobre las actividades y experiencias que los usuarios de la plataforma de la Universidad Virtual del Estado de Guanajuato.

Por otra parte y tomando como base la literatura consultada se logró desarrollar una definición de hábitos de comunicación logrando identificar algunos aspectos clave gracias al esquema de Jansen (2013) para organizar la información que se presentó en la sección de resultados.

Como se mencionó en la sección de Metodología de este artículo, el diseño de investigación elegido fue de corte exploratorio y descriptivo. De esta manera se exploró un tema que muestra escasa literatura, es por ello que se mencionó que las conclusiones a las que se ha llegado son tentativas, es decir, un acercamiento o aproximación al tema. A manera de conclusiones tenemos los siguientes aspectos producto de los resultados de la encuesta que se muestran a continuación.

6.1. Hábitos de comunicación

El primer punto a destacar son los hábitos de comunicación de la información que los alumnos y usuarios de la plataforma de la UVEG demuestran en la encuesta, sobresale el hábito de *consumo* de información (mensajes y pautas de comportamiento) por las vías institucionales (portal institucional, tablón de avisos, correo electrónico institucional y mensajero de plataforma) que la mayoría de los participantes en la encuesta afirman poseer; por otra parte un grupo de participantes afirmaron que obtienen información de redes sociales (institucionales y no institucionales).

Finalmente una pequeña parte indicó que no consulta uno o varios de los canales de información mencionados generando la duda de cómo obtienen información de la Universidad y de parte de los asesores para cumplir con actividades académicas y administrativas.

De las respuestas a las preguntas 11, 12 y 13 se desprende que una de las estrategias de comunicación efectiva más eficaz en ambientes virtuales de aprendizaje es la comunicación empática, asertiva, clara y continua mediante mensajes de texto bien redactados, mensajes de

vídeo, *podcast* u otros recursos educativos digitales que los docentes puedan implementar para que sus asesorados estén al tanto de las novedades del curso en el que participan en el momento de estar matriculados y activos.

En otro rubro el hábito de comunicación de información consistente en *dispersar o compartir* información resulta significativamente menor dadas las respuestas que se mencionan continuación.

6.2. ¿Estudiantes poco sociales?

El segundo punto que resulta relevante es que, dadas las respuestas a las preguntas 15 y 19 relativas al número de personas con las que los usuarios de la plataforma de la UVEG interactúan, la mayoría de los participantes en la encuesta (cerca de $\frac{2}{3}$) interactúan en promedio con 2 a 5 personas. Esto indica que un grupo menor de los usuarios (un poco más de $\frac{1}{3}$) tienen una interacción con una o dos personas en promedio durante los cursos modulares pero también durante todo su tránsito por el programa de estudios.

En el primer caso se puede apreciar que la mayoría de los participantes gustan de entrar en contacto con sus compañeros lo que favorece las redes de intercambio de información que se apoyan en canales institucionales de la Universidad. Con esta información queda en evidencia que gran cantidad de alumnos tiende a socializar en el ambiente virtual de aprendizaje de la UVEG de manera preferencial y en redes sociales como segunda opción.

En el segundo caso, en el que menos participantes interactúan escasamente con compañeros o asesores, se aprecia un tema importante porque nos habla de una interacción muy baja lo que necesariamente implica una escasa comunicación entre participantes y por lo tanto la posibilidad de obtener información relevante para el proceso de aprendizaje se reduce. Es evidente que esta es un área de oportunidad que debe ser tomada en cuenta en futuras investigaciones que pueden tomar el presente artículo como base.

6.3. Baja “densidad de red”

Como se ha mencionado, por lo menos un tercio de los alumnos que contestaron la encuesta, no poseen o poseen escasos hábitos de comunicación en AVA. Aplica la proposición contraria: cerca de $\frac{2}{3}$ de los participantes en la encuesta muestran poseer hábitos de comunicación en AVA al estar al tanto de la información dispersada tanto por los asesores y docentes así como por la propia UVEG mediante el portal institucional, la plataforma de aprendizaje y las redes sociales institucionales. Sin lugar a dudas es una buena noticia ya que la mayoría de los alumnos muestran buena disposición para trabajar de manera colaborativa.

No obstante y a pesar de esta visión optimista es preciso considerar que ese tercio que se comunica de manera esporádica o nula también es parte de la red y al considerar el conjunto completo (los que poseen y practican hábitos de comunicación y los que no) constituyen la misma red. De nueva cuenta se insiste en que esto representa un tema que debe ser considerado sobre todo si se atiende a la siguiente información.

Lo que fundamenta el aserto anterior se basa en las respuestas a las preguntas 14, 15, 16 y 19 que señalan que a pesar de consumir información en los canales oficiales, durante el curso pocos estudiantes comparten o dispersan información lo que resulta problemático por que implica entre otras cosas que la dispersión de información podría no ser efectiva o que las redes de comunicación entre participantes y participantes-asesores-institución poseen poca “densidad” por lo que el flujo de información disminuye a niveles considerables.

Hay que recalcar que una baja densidad red implica que cada nodo cuenta con pocas conexiones con otros nodos, es decir, con poca comunicación, de donde se desprende que una baja densidad de red implica baja comunicación. Así mismo como lo señala García Hernández (2013) el tamaño de una red afecta la transmisión de información y la capacidad de generar aprendizajes más robustos. Sin lugar a dudas esto abre la puerta a una nueva investigación que se enfoque en plantear el problema de la densidad de red en un ambiente virtual de aprendizaje con el fin de mejorar su eficiencia.

6.4. *¿Los estudiantes prefieren redes sociales?*

Las respuestas a la pregunta 12 revelan otra área de oportunidad seria, debido a que es necesario saber por qué hay participantes que no se comunican con compañeros, asesores, tutores o la Universidad y cómo obtienen información. Lo interesante aquí sería saber si

obtienen su información en la plataforma o prefieren hacerlo por medios alternos como redes sociales o por teléfono (como señala la información derivada de la pregunta 14).

Las preguntas 14, 16, 17 y 18 demuestran que los usuarios son grandes usuarios de redes sociales para consumir, y en menor medida, comunicar información. Destaca el uso de Whatsapp entre todas ellas (aunque se debe admitir que la encuesta no incluyó alguna pregunta que exponga diversas opciones de redes sociales para que los usuarios puedan elegir cuál es su favorita para comunicar, dispersar y consumir información relativa a su curso, su programa de estudios o la Universidad en general).

No obstante y a pesar del uso de redes sociales que la comunidad de usuarios de la plataforma de la UVEG presentó según la encuesta. Es recalcar que cerca de $\frac{2}{3}$ de los participantes en la encuesta indicaron que utilizan redes sociales (incluidas las redes sociales de la Universidad) pero también y de manera preferente los canales oficiales de la UVEG tales como el portal institucional, el mensajero de la plataforma y el correo electrónico institucional.

6.5. Reflexión final

Sin lugar a dudas las presentes conclusiones resultan sólo un acercamiento, una aproximación, al tema de los hábitos de comunicación de información en ambientes virtuales de aprendizaje, pero nos deja ver que las transformaciones que la educación global ha sufrido en los últimos tiempos muestra que la educación virtual representa una alternativa o un complemento para la educación presencial considerando que los usuarios deben ser motivados y auxiliados para desarrollar hábitos de comunicación de la información.

Por otra parte es posible coincidir en que este tema aún presenta aristas y consideraciones que deben ser profundizadas tanto teórica como en la investigación de “campo” (tomando en cuenta que uno de los primeros obstáculos que pueden considerarse es que el “lugar” donde ocurren estas interacciones es en la “virtualidad”).

REFERENCIAS

Alvarado Bravo, R. F. (2021, junio). Comunicación efectiva a través de la virtualidad en la formación universitaria. *Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores*, Edición Especial. Recuperado de <https://www.scielo.org.mx/pdf/dilemas/v8s3/2007-7890-dilemas-8-spe3-00005.pdf>

Cortés, R. L., Zapata, A., Menéndez, V. H., & Canto, P. J. (2015). El estudio de los hábitos de conexión en redes sociales virtuales, por medio de la minería de datos. *Revista Innovación Educativa*, (68). Recuperado de <https://www.scielo.org.mx/pdf/ried/v15n68/v15n68a7.pdf>

Hender, V., & Hamburger González, J. (2019). Uso de las herramientas comunicativas en los entornos virtuales de aprendizaje. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, (140), 367–384. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7120146>

García Hernández, A. (2013). *Las redes de colaboración científica y su efecto en la productividad. Un análisis bibliométrico*. *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información*, 27(59), 159–175. [https://doi.org/10.1016/S0187-358X\(13\)72535-8](https://doi.org/10.1016/S0187-358X(13)72535-8)

Jansen, H. (2013). La lógica de la investigación por encuesta cualitativa y su posición en el campo de los métodos de investigación social. *Revista Paradigmas*, (1), 39–72. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4531575.pdf>

Schmelkes, C., & Elizondo Schmelkes, N. (2010). *Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación*. Oxford University Press. Recuperado de https://sijufor.org/manuales/Manual_para_la_presentacion_de_anteproyectos.pdf

Edwards, R., & Holland, J. (2013). *¿Qué es una entrevista cualitativa?* Bloomsbury. Recuperado de http://eprints.ncrm.ac.uk/3276/1/complete_proofs.pdf

Gordo, A. J., & Serrano, A. (2008). *Estrategias y prácticas cualitativas de investigación social* [Archivo PDF]. Recuperado de <https://drive.google.com/file/d/0B4jJ0uOYzdsTmhwZE96bjhicEE/view>

Izcara Palacios, S. (2014). *Manual de investigación cualitativa* [Archivo PDF]. UAT, Editorial. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/271504124_MANUAL_DE_INVESTIGACION_CUALITATIVA

Ruiz Olabuénaga, J. I. (2007). *Metodología de la investigación cualitativa*. Deusto. Recuperado de <https://books.google.com.mx/books?id=WdaAt6ogAykC&printsec=frontcoverA>