



Máster en Comunicación y Educación en la Red

Especialidad: E-Learning



# TRABAJO FIN DE MÁSTER

---

Análisis del desarrollo de las comunidades de generación de ideas

Estudio de la eficacia de la gamificación como herramienta  
estimuladora de la participación utilizada en la  
Comunidad Horizonte UNED 50

---

**Realizado por:**

José Manuel Cebrián Velasco

**Dirigido por:**

Dr. Miguel Santamaría Lancho

## Índice

<b>1. Introducción .....</b>	<b>8</b>
<b>2. Justificación del proyecto .....</b>	<b>10</b>
2.1 Antecedentes .....	11
2.2 Delimitación del campo de estudio .....	12
2.3 Relevancia social .....	13
<b>3. Fundamentación conceptual.....</b>	<b>15</b>
3.1 Inteligencia colectiva en Internet .....	15
3.2 Comunidades Virtuales .....	15
3.2.1 Comunidades Virtuales para la generación de ideas .....	21
3.2.2 Comunidades Virtuales para la generación de ideas en el ámbito empresarial .....	24
3.2.2.1 Un nuevo tipo de diálogo con clientes y usuarios.....	25
3.3 Gamificación al servicio de una nueva relación con clientes y usuarios .....	27
3.3.1 Estrategias en el diseño de la gamificación .....	32
3.3.2 Los peligros de la gamificación .....	36
3.3.2.1 Exposición del problema .....	37
3.3.2.2 Estudio de los marcadores .....	37
3.3.2.3 Metodología.....	37
3.3.2.4 Resultados.....	38
3.3.2.5 Conclusión.....	39
3.3.2.6 Aplicación .....	39
<b>4. Objeto de investigación .....</b>	<b>42</b>
4.1 Título.....	42
4.2 Delimitación del objeto de investigación .....	42
4.3 Pregunta de investigación.....	44
4.4 Objetivos .....	44
<b>5. Diseño Metodológico.....</b>	<b>45</b>
5.1 Enfoque metodológico.....	45
5.1.1 Estrategia.....	45
5.1.2 Perspectiva de investigación .....	45
5.2 Grupo y periodo de estudio .....	47
5.3 Recogida y preparación de datos.....	47
5.4 Procedimientos.....	48

5.5 Instrumentos .....	51
<b>6. Análisis de la comunidad de generación de ideas UNED Horizonte 50</b> .....	<b>52</b>
6.1. Descripción y funcionamiento de la comunidad .....	52
6.1.1 Objetivos de la comunidad .....	52
6.1.2 Sistema de acceso.....	52
6.1.3 Normas de funcionamiento.....	52
6.1.4 Participantes .....	53
6.1.5 Moderadores y personal de gestión en la plataforma.....	54
6.1.6 Organización de la participación.....	54
6.1.6.1 Categorías y subcategorías creadas por los organizadores para facilitar la clasificación de las aportaciones .....	54
6.1.7 Mecanismos de gamificación creados para incentivar la participación.....	56
6.1.8 Infraestructura tecnológica .....	61
6.2 Análisis de la participación y del proceso de generación de ideas sobre la categoría de Metodología .....	64
6.2.1 Acotación del campo de análisis .....	64
6.2.2 Categorización del tipo de aportaciones .....	70
6.2.3 Análisis de la dinámica de las intervenciones .....	86
6.2.4 Análisis del proceso de generación de ideas .....	110
6.2.4.1 Principales aportaciones para cada una de las subcategorías analizadas. .....	110
6.2.4.2 Impacto de las aportaciones .....	151
6.2.4.2.1 Aportaciones que recibieron más interacciones .....	151
6.2.4.2.2 Valoración de los participantes a través de votaciones .....	153
6.2.5 Análisis del funcionamiento de la gamificación.....	155
6.2.5.1 Actitudes y comportamientos oportunistas.....	155
<b>7. Conclusiones .....</b>	<b>157</b>
7.1 Conclusiones obtenidas del análisis cuantitativo de la información.....	158
7.1.1 Diferente grado de interés y participación de los miembros de la comunidad en las distintas categorías creadas por la UNED .....	158
7.1.2 Diferente grado de interés y participación de los miembros de la comunidad en las subcategorías de la categoría “Metodología” .....	159
7.1.3 Pocas propuestas de ideas y pocas respuestas con contenido de calidad a dichas propuestas de ideas.....	160
7.1.4 Muchos comentarios del tipo: propuesta, opiniones, juicios o valoraciones.....	162

7.1.5 Poca o nula involucración de coordinadores o Community Manager.....	164
7.1.6 Poca o nula involucración del perfil de profesor en la comunidad .....	166
7.1.7 Bajo seguimiento por parte de los participantes a sus propias ideas.....	166
7.1.8 Poco diálogo o interacciones entre los participantes .....	166
7.1.9 Efectos perniciosos del sistema de gamificación: no hay control sobre la repetición de comentarios.....	167
7.1.10 Diferentes frecuencias en los comentarios totales y en las propuestas de ideas de los participantes.....	167
7.1.11 Baja regularidad en la participación a lo largo del tiempo .....	168
7.2. Conclusiones obtenidas del análisis cualitativo de la información .....	169
<b>8. Propuestas a tener en cuenta a la hora de gestionar comunidades para la generación de ideas .....</b>	<b>171</b>
<b>9. Bibliografía .....</b>	<b>191</b>
<b>Anexo. Tablas con número de comentarios por participante.....</b>	<b>195</b>

## Índice de Tablas

Tabla 1: Tabla del modelo de Kevin Werbach.....	33
Tabla 2: Puntuación asignada a cada actividad.....	58
Tabla 3: Acción y puntuación del sistemaBrain Fu.....	63
Tabla 4: Número de ideas propuestas sobre el total de las categorías y subcategorías65	
Tabla 5: Explicación de los campos 1 al 7 que se han creado para el análisis .....	67
Tabla 6: Distribución por subcategorías de las aportaciones relacionadas con Metodología .....	68
Tabla 7: categorización llevada a cabo. Campos 8 al 12 .....	71
Tabla 8: Campo 9.....	72
Tabla 9: Comentarios por participantes y tipo de aportación.....	88
Tabla 10: Número de comentarios de los participantes y su clasificación por subtipo de aportación. .....	91
Tabla 11: Número de comentarios por: Cortesía o indicaciones, aportaciones o dudas y preguntas. .....	91
Tabla 12: Número de comentarios según el perfil que emite el mensaje y perfil de usuario que lo recibe. ....	92
Tabla 13: Comentarios realizados por el que propone la idea sobre su idea .....	92
Tabla 14: Comentarios realizados por un participante que no ha propuesto una idea sobre otras ideas en diálogo .....	92
Tabla 15: Número de comentarios consecutivos que han realizado un compañero sobre una idea .....	93
Tabla 16: número de mensajes por participantes distribuidos temporalmente por “rondas” de mensajes .....	106
Tabla 17: Distribución de frecuencias del número de mensajes por participante .....	107
Tabla 18:Distribución de frecuencias del número de propuestas por participante.....	108
Tabla 19: Número de ideas propuestas por subcategoría .....	111
Tabla 20: Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Actividades .....	111
Tabla 21: Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Contenidos .....	120
Tabla 22: Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Cooperación .....	123
Tabla 23: Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Evaluación .....	128

Tabla 24: Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Motivación y Personalización .....	134
Tabla 25: Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Prospectiva y calidad.....	137
Tabla 26: Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Soportes Tecnológicos.....	141

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1: Modelo de Kevin Werbach.....	33
Ilustración 2: Engagement loop .....	35
Ilustración 3: Progression loop.....	36
Ilustración 4: Premios .....	59
Ilustración 5: Recorrido de las ideas .....	60
Ilustración 6: Flujo de los comentarios que surgen a raíz de otros.....	85
Ilustración 7: Valoraciones del profesorado.....	175
Ilustración 8: Valoraciones de los estudiantes .....	175

## 1. Introducción

Nuestra manera de vivir ha sido transformada por las tecnologías de la información y de la comunicación, la Web 2.0 ha desarrollado nuevos modelos de producción de información y también ha ayudado a desarrollar procedimientos para analizar y resolver problemas de manera dialogada y compartida, es el caso del crowdsourcing, que se basa en la colaboración abierta y en el talento compartido.

Como ejemplo tenemos lo que conocemos como "Gobierno Abierto", que intenta ser una respuesta al problema generado por la creciente desafección política de una parte considerable de la ciudadanía. El crowdsourcing puede contribuir a paliar este desencanto, creando acciones de participación y colaboración ciudadana para la regeneración democrática.

Si nos retrotraemos a los orígenes del crowdsourcing observamos que este término apareció por primera vez de la mano de Jeff Howe (2006), quien lo definió como el proceso de externalizar por parte de una empresa una función que realiza un empleado y cambiar este trabajo para que lo realicen un gran grupo de trabajadores, mediante una convocatoria abierta.

Pero hay más interpretaciones o definiciones del crowdsourcing. Por ejemplo, Daren Brabham (2009) afirma que el crowdsourcing es "un modelo estratégico para atraer una multitud interesada y motivada de individuos capaz de proporcionar soluciones superiores en calidad y cantidad a aquellas que pueden proporcionar formas de negocio tradicionales".

Hay autores que explican el crowdsourcing como una convocatoria abierta en la que todos los miembros de la comunidad contribuyen para resolver un problema, a cambio de micropagos, reconocimiento social o entretenimiento.

Por último, ofreceremos una última definición de crowdsourcing que encaja perfectamente con la que se ha querido lograr en la comunidad Horizonte UNED 50. Se basa en la citada por Estellés y González (2012):

"El *crowdsourcing* es un tipo de actividad online participativa en la que una persona, institución, organización sin ánimo de lucro o empresa, propone a un grupo de individuos mediante una convocatoria abierta flexible la realización libre y voluntaria de una tarea. La realización de la tarea, de complejidad y modularidad variable, y en la que la multitud debe participar aportando su trabajo, dinero, conocimiento y/o experiencia, siempre implica un



beneficio mutuo. El usuario recibirá la satisfacción de una necesidad concreta, ya sea económica, de reconocimiento social, autoestima, o de desarrollo de aptitudes personales, mientras que el *crowdsourcer* obtendrá y utilizará en su beneficio la aportación del usuario, cuya forma dependerá del tipo de actividad realizada”.

El caso que abordamos, es el estudio de la Comunidad o plataforma colaborativa de crowdsourcing Horizonte UNED 50, impulsada por la Universidad Nacional de Educación a Distancia. El grupo de personas invitado a contribuir estuvo integrado por profesores, profesores tutores, estudiantes, personal de administración y servicios de la Sede Central y centros asociados, y la tarea encomendada fue aportar ideas sobre la universidad. Esta actividad forma parte del programa de actividades para la conmemoración del 50 aniversario de dicha institución.

El usuario con sus ideas ayudó a mejorar la UNED. Por otra parte, sus compañeros reconocieron públicamente el trabajo realizado, ya que se valoraron sus aportaciones. También se ofreció un premio económico de 1000€ a tres categorías: Premio a la Participación, Premio a la Mejor idea y Premio a la Idea Más Votada.

Volviendo al análisis del crowdsourcing, este puede diferenciarse en varios tipos:

a) *Crowdcreation* (creación colectiva)

Externalización de tareas para la producción de un bien o servicio como realización de diseños gráficos, videos promocionales, traducciones, resolución de problemas científicos o retos de programación.

b) *Crowdvoting* (votación colectiva)

Aquellas que aprovechan la opinión de los usuarios para organizar, filtrar, calificar contenido como artículos de prensa, música, películas.

c) *Crowdwisdom* (sabiduría colectiva)

Proyectos que intentan aprovechar el conocimiento de muchas personas con el fin de resolver problemas, predecir resultados futuros o de ayudar a dirigir la estrategia corporativa. Dos variantes de este tipo son el *crowdcasting* (competición colectiva) o el *crowdstorming* (tormenta de ideas online).

d) *Crowdfunding* (financiación colectiva)

Iniciativas dedicadas a la financiación a individuos o grupos a cambio de una recompensa. También denominado micromecenazgo.

Visto todos estos tipos de Crowdsourcing, en el caso de la comunidad Horizonte UNED 50, podemos afirmar que se utilizaron el *crowdcreation* y el *crowdwisdom*, ya que por una

parte hay un desafío para mejorar la UNED, con las ideas que provienen de los participantes de la comunidad. Por otro lado, este proyecto intenta aprovechar el conocimiento de muchas personas, con el fin de resolver este problema, ya que con la “inteligencia colectiva”, término del que se hablará más adelante, se pretende mejorar la estrategia de la Universidad Nacional de Educación a Distancia. Afinando un poco más en crowdwisdom, y tras analizar cómo se desarrolló la comunidad, se puede decir que también se aplicó un crowdstorming. Finalmente en esta comunidad también se promovió el denominado crowdcasting o competición ya que se establecieron premios, a la “Participación”, a la “Mejor idea” y a la “Idea Más Votada”.

Se introdujeron algunos mecanismos de gamificación, que como se tratarán a lo largo del trabajo, no resultaron del todo positivos. Se ha comprobado que hubo miembros de la comunidad que realizaron todo tipo de comentarios vacíos de contenido para lograr más puntos y de esta manera lograr premios, sin buscar el fin último de la comunidad que era mejorar la UNED.

Se utilizó el crowdvoting ya que las mejores ideas se designaron mediante la votación de los demás participantes.

En definitiva, como se verá al analizar el funcionamiento de la comunidad, todas las formas de crowdsourcing estuvieron fuertemente imbricadas, y no se pueden desligar las unas de las otras.

## **2. Justificación del proyecto**

La educación transforma vidas, consolida la paz y erradica la pobreza impulsando el desarrollo, estos objetivos son parte de los fundamentales que tiene la UNESCO. Por lo que esta organización busca como finalidad, armonizar la formación de docentes y alumnos, para desarrollar tres enfoques complementarios que vinculan las políticas educativas al desarrollo económico:

- Incrementar la comprensión tecnológica de los ciudadanos, mediante la integración de competencias en TIC.
- Aplicar dichos conocimientos con el fin de sumar valor a la sociedad.
- Aumentar la capacidad de la fuerza laboral para innovar y producir nuevo conocimiento.

En este sentido, el aprendizaje abierto y a distancia, es una fuerza que contribuye a que tanto los países desarrollados como los que están en vías de desarrollo, tengan la oportunidad de alcanzar objetivos en sus sistemas educativos.

Actualmente, y para lograr todo esto, hay empresas que ofrecen formación online, que permite a los usuarios realizar cursos sobre una amplia gama de temas. Los diplomas que estas empresas expiden cuando finalizan los cursos, comienzan a ser muy valorados en RRHH cuando una persona está buscando un empleo.

Estas empresas están comenzando a utilizar comunidades virtuales de generación de ideas, (que se analizarán más adelante), para que “potenciales clientes” realicen sus cursos.

Debido al auge de este tipo de formación, las universidades no se deberían quedar atrás en el reto que tienen de modernizarse, para conseguir una universidad más atractiva para los alumnos.

Esto es lo que la UNED ha buscado con la creación de la Comunidad Horizonte UNED 50, en la que utilizando una comunidad virtual, solicitó a los miembros de la UNED que contribuyeran con sus ideas a mejorarla.

Con todo esto la UNED pretende que todos los miembros de su comunidad aporten su ‘granito’ de arena para diseñar la universidad del futuro. La participación está abierta a estudiantes, personal de administración y servicios, personal docente e investigador y tutores y personas vinculadas a los Centros Asociados de la universidad. La UNED para valorar la participación, premió las mejores ideas, y diseño para ello un sistema de gamificación.

Es muy importante analizar el desarrollo de las comunidades de generación de ideas, ya que sus miembros comparten un objetivo común. En ellas todos los participantes de la comunidad tienen acceso a todas las ideas (transparencia) y deben ser capaces de participar en ellas.

## **2.1 Antecedentes**

La plataforma Horizonte UNED 50, objeto de estudio del presente trabajo, basa su funcionamiento en la colaboración de bastantes individuos para buscar ideas que mejoren

la UNED, se puede afirmar por tanto que está basado en la denominada inteligencia colectiva.

Los primeros estudios sobre inteligencia colectiva se encuentran con las investigaciones de Cronin, B. y Davenport, E. (1993) que introdujeron el término “inteligencia competitiva” para explicar la recolección de ideas de distintos grupos a partir de la inteligencia individual para lograr un reto. Posteriormente Lévy. P comienza a hablar de la inteligencia colectiva, como una inteligencia repartida en todas partes, coordinada en tiempo real y que conduce a una movilización efectiva de las competencias. Howe, J (2006) también realizó otra aproximación a la inteligencia colectiva, ya que fue la primera persona que acuñó el término de crowdsourcing como la colaboración abierta distribuida o externalización abierta de tareas, que es lo que ha hecho la UNED al “externalizar” la tarea de mejora de la UNED.

## **2.2 Delimitación del campo de estudio**

En la última década, ha habido muchas transformaciones en las posibilidades de comunicación e intercambio de información a través de la red. En un principio, solo había métodos de comunicación estática: correo electrónico, listas de distribución, etc., enseguida surgieron el chat, los foros, las wikis, herramientas configuradas como formas de comunicación e interacción entre personas.

La historia de internet nos muestra que, en ningún caso, se pensó que esta tecnología fuera a tener los usos que tiene hoy. La mayoría de personas pertenecemos a diversos grupos en la red, nos relacionamos de forma virtual todos los días con aplicaciones como: correo electrónico, redes sociales, Whatsapp, etc. que nos permiten estrechar la relación con nuestros contactos cercanos, y compartir información con personas que están muy lejos de nosotros.

Desde el punto de vista tecnológico, se puede ver como una tecnología más, pero las posibilidades que internet nos ofrece, hacen que sea muy importante, ya que ha revolucionado el mundo de la comunicación, de la organización social e industrial con la llamada Industria 4.0.

En cuanto a las Tecnologías de la Información y de la Comunicación en la educación, Cabero, J. (1998) expone que permiten la interacción entre participantes en el acto comunicativo tanto síncrono como asíncrono del alumno con el alumno o del alumno con el profesor. El aprendizaje no se produce en un lugar físico, sino en un lugar llamado

ciberespacio en el cual se desarrollan nuestras interacciones comunicativas de una manera distinta a cómo se desarrollan en el mundo físico. De tal forma que emisores y receptores crearán espacios de encuentro para la comunicación superando las limitaciones espacio-temporales que la realidad física impone. Ello implica la ventaja de poder interactuar con personas que están dentro de una red global, pero muy alejadas físicamente, facilitando el intercambio de información.

Aproximándonos a la terminología utilizada, la comunidad alude a grupos de personas que interactúan socialmente, estableciendo lazos de unión al compartir intereses, vivencias y conocimientos.

Estas comunidades pueden ser utilizadas para el aprendizaje. En la que alumnos aprenden de alumnos y profesores, potenciando el desarrollo de culturas interconectadas en las que sus miembros pueden compartir, cocrear y construir conocimiento basado en la relación establecida entre ellos.

La UNED tiene las ventajas de utilizar plataformas educativas basadas en las TIC más actuales, potenciando la individualización de la enseñanza. Dando al estudiante la oportunidad de acceder a fuentes de información online, pero esto trae consigo otro tipo de dificultades, como puede ser la falta de experiencia por parte del alumno en organizar su actividad educativa sin las directrices directas y constantes de un profesor.

En el aspecto logístico también hay ventajas, ya que el espacio en el cual se producirá la interacción entre profesor y estudiante se amplía notablemente, yendo desde la propia aula hasta el entorno doméstico del usuario.

Con respecto a los tiempos, no se circunscribe únicamente a lo establecido en las programaciones oficiales de la impartición de clases magistrales en el aula, sino que se le da al alumno la libertad de trabajar a su ritmo e intentar cumplir con los objetivos que le solicitan.

### **2.3 Relevancia social**

Hoy en día tenemos la oportunidad y necesidad de formarnos gracias a la educación a distancia, que utiliza múltiples herramientas de comunicación y compartición de información.

En el apartado 2 hacía referencia a los estándares propuestos por la UNESCO que forman tres grandes enfoques:

1. Enfoque de nociones básicas de TIC.

2. Enfoque de profundización del conocimiento.

3. Enfoque de generación de conocimiento.

Estos tres enfoques, se articulan a todas las prácticas educativas, y están unidos de manera íntima en las Comunidades Virtuales. No se puede pretender de ninguna forma un cambio educativo hacia una enseñanza más moderna, si no se dan cada uno de los tres enfoques que propone la UNESCO, para ello es muy importante un cambio de mentalidad sobre las TIC en general, y también de las comunidades de generación de ideas en particular, por ello la relevancia social que tiene este objeto de investigación es muy grande, ya que las comunidades virtuales de generación de ideas son muy importantes en la actualidad, porque gracias a la unión de un grupo de personas que comparten valores, aficiones, roles, ideas, conocimientos, metas, etc. se pueden conseguir objetivos educativos, empresariales, que pueden conllevar reconocimiento social, aprendizaje educativo, o remuneración económica.

Esto se puede extrapolar a todo tipo de comunidad de generación de ideas, ya sea educativa o empresarial, porque se ha analizado la calidad de las ideas generadas y de los comentarios aportados, con qué asiduidad los han realizado, si hay participantes que han abandonado, etc. y todo esto puede ser llevado a una comunidad virtual de participación de cualquier tipo.

Sin embargo, estas razones no son las únicas que me moviliza para realizar este estudio, ya que también existen más que me motivaron a emprenderlo, como es analizar el diseño de la gamificación de la comunidad.

Desde el 2012 se realizan anualmente Congresos de Gamificación, en ellos participan los expertos más destacados y presentan sus proyectos, con innovaciones a nivel mundial. Las repercusiones que se obtienen, han beneficiado a la empresa privada, y también a muchas instituciones educativas universitarias privadas, por lo que la intervención y adaptación de las iniciativas que podrían surgir gracias a las investigaciones de estos expertos no llegan a las Administraciones Públicas en su plenitud, con lo que no son determinantes para enriquecer estas instituciones. Por ello, mi investigación, busca identificar elementos que podrían mejorar el diseño de la gamificación usada en la comunidad de generación de ideas de la UNED. Realizando un análisis previo exhaustivo de cómo ha influido la gamificación en la participación de los miembros de la comunidad, evaluándola y realizando propuestas de mejora que podrían aplicarse a cualquier comunidad de generación de ideas ya sea una similar a la que implementó la UNED o la que pueda utilizar cualquier Administración Pública.

### **3. Fundamentación conceptual**

Internet es un entorno de generación de ideas, y eso ha dado lugar a la aparición de la inteligencia colectiva.

#### **3.1 Inteligencia colectiva en Internet**

Una pregunta que se hacen los investigadores en la actualidad es la siguiente:

*¿Cómo se pueden conectar personas y ordenadores para que sean colectivamente más inteligentes de lo que han sido nunca las personas, los grupos y los ordenadores actuando de forma individual?*

##### Definición de Inteligencia colectiva.

Hay muchas definiciones de inteligencia colectiva, pero una de las que mejor lo explican es la que da Lévy P. (1994), que la define como una inteligencia repartida en todas partes, que da valor constantemente a un conjunto, al que enriquece gracias a la sabiduría de todos los que forman ese grupo, que está coordinada y movilizada en tiempo real. Lévy propone que, aunque es imposible que todos seamos sabios de todo, sí que podemos ser expertos en una pequeña área. De manera que, si juntamos todos esos micro-saberes, crearemos una inteligencia colectiva.

La inteligencia colectiva se articula normalmente a través de comunidades virtuales. A continuación, se explicará qué es una comunidad virtual y los distintos tipos que existen de la misma.

#### **3.2 Comunidades Virtuales**

Para acercarnos al objeto y al método de los estudios sociales de comunidades virtuales, es necesario presentar unas líneas sobre los elementos fundamentales que dan forma a la llamada Sociedad de la Información, esta sociedad que depende cada vez más de la capacidad de transmitir información y de transformarla en conocimiento.

##### Definición de Comunidad Virtual

Hopenhayn da la primera definición de "culturas virtuales", como:

Aquellas que tienen que ver con los "cambios en las prácticas comunicativas, por efecto de medios interactivos a distancia, que modifican la sensibilidad de los sujetos, sus formas de comprensión del mundo, la relación con los otros, la percepción del espacio y el tiempo, y las categorías para aprehender el entorno. La profundidad y extensión de estos cambios es incierta, pero insoslayable" (Hopenhayn, 2003: 17).

## **La sociedad de la Información**

Los miembros de un grupo social ya sean ciudadanos, empresas u organizaciones, pueden obtener y compartir información gracias a un estado de desarrollo social que se denomina "Sociedad de la Información (SI)".

Otra definición de la misma aparece en el Libro Verde de la Sociedad de la Información de Portugal según el cual queda establecida como:

"El término Sociedad de la Información se refiere a una forma de desarrollo económico y social en el que la adquisición, almacenamiento, procesamiento, evaluación, transmisión, distribución y diseminación de la información, con vistas a la creación de conocimiento y a la satisfacción de las necesidades de las personas y de las organizaciones, juegan un papel central en la actividad económica, en la creación de riqueza y en la definición de la calidad de vida y las prácticas culturales de los ciudadanos" (Green Paper on the Information Society in Portugal, 1997).

En la Sociedad de la Información los medios de producción han pasado a ser dirigidos por técnicos y profesionales especializados, que utilizan la información como materia prima de producción.

Un elemento central de la Sociedad de la Información es la conjunción entre la información, el conocimiento y los avances tecnológicos que permiten la comunicación o transmisión eficiente de éstos (Méndez, 2005; Reusser, 2002). Se considera que son estos los tres pilares sobre los que se sostiene la SI, y del grado de articulación que exista entre ellos dependerá la situación de avance o de retraso de un país, una sociedad o un grupo social en particular, en el contexto de la Ciencia, la Tecnología y la Información.

Lo que se llama la Economía del Conocimiento, no ha hecho que la industria desaparezca, lo novedoso es que la Sociedad de la Información se presenta como un uso regular y consistente de información y conocimientos mediados por la tecnología, que han revolucionado los sistemas industrial, comercial, financiero y agrícola capitalistas.

Las Tecnologías de la Información y el Conocimiento (TIC) son las herramientas de las que se vale la Sociedad de la Información; consisten en sistemas tecnológicos utilizados para la comunicación, la información o la informática que se fusionan y convergen en un solo punto, formando así la poderosa red de redes.



El proceso irreversible que conlleva Internet dentro de las sociedades actuales, incluye aspectos tan importantes como el conocimiento, la creatividad y por supuesto, la información. Además de influir en industrias como la electrónica y la robótica, y ser, por lo tanto, un aspecto primordial en el desarrollo económico y sociológico de la humanidad. Se habla de que estamos viviendo la aparición de un nuevo esquema social en la historia del hombre, denominado la "tercera ola".

Hay un preocupante crecimiento de la llamada "brecha digital", que no es otra cosa que el existente en un porcentaje considerable del mundo en cuanto al acceso y aprovechamiento de Internet como medio de crecimiento económico y cultural. La alarma comienza desde un punto básico: el uso de las tecnologías digitales se ha convertido en una nueva forma de exclusión a distintos sectores. Es así como las nuevas tecnologías, que por un lado ayudan a lograr una democratización en el uso de distintos recursos, cierran por otro, innumerables posibilidades de crecimiento a las personas que, por diversas razones, son ajenas al ciberespacio.

### **Campo de estudio y etnografía virtual**

La ciber-socio-antropología pretende definir su campo de investigación en torno a las interacciones sociales presentadas en las comunidades virtuales que utilizan las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en el contexto de la Sociedad de la Información (SI), particularmente de aquellas que concurren en el llamado ciberespacio. Varias son las investigaciones elaboradas a partir de la emergencia de este conjunto de fenómenos sociales. Dichas investigaciones definen su campo de investigación a partir de la utilización social y de las interacciones que las comunidades virtuales tienen en el ciberespacio y no de las tecnologías propiamente dichas como podríamos pensar.

Las investigaciones se centran en la necesidad de identificar, conocer, analizar y explicar las maneras en que las sociedades contemporáneas se han ido apropiando de la tecnología a partir de sus contextos políticos, sociales, culturales y económicos, así como la importancia de comprender y reflexionar cómo es que esa información y las interacciones sociales son aprehendidas para posteriormente ser reinterpretadas de acuerdo con las múltiples particularidades que cada cultura posee en su dimensión social e identitaria.

La definición del campo de estudio, así como delimitaciones más específicas de sujetos de estudio en comunidades virtuales, presentan, desde la perspectiva antropológica y

sociológica, nuevas incursiones en teoría-analítica y métodos de investigación. Dichos métodos se aproximan al conocimiento de la relación y el empleo que los grupos sociales hacen de las TIC en sus aspectos más amplios: política, economía, movimientos sociales, organizaciones sociales, movimientos étnicos, ONG, etc., como agentes productores y reproductores de la vida social y cotidiana en sus creaciones, cambios, modificaciones y transformaciones culturales.

La etnografía tradicional es actualmente la propuesta metodológica que más está siendo utilizada y modificada para adaptar sus métodos a la investigación de los ambientes virtuales y de las interacciones no presenciales.

El uso de las TIC tiene una historia muy reciente. Hace apenas escasos treinta años que se comenzó a observar los comportamientos generados a partir del uso de la tecnología computacional y la conectividad que permite Internet. Esta interacción virtual captó la atención de especialistas en el estudio del comportamiento individual y colectivo, disciplinas que como la Sociología, la Antropología, la Psicología y la Lingüística, entre otras, han contribuido a construir objetos de estudio relacionados con la interacción virtual de las comunidades ciberespaciales.

Como afirma Hine (2003):

"nuestras creencias acerca de Internet pueden tener consecuencias importantes sobre la relación individual que mantengamos con la tecnología y sobre las relaciones sociales que construyamos a través de ella; en este sentido, la etnografía puede servir para alcanzar un sentido enriquecido de los significados que va adquiriendo la tecnología en las culturas que la alojan o que se conforman gracias a ella". (p.28)

Para Turkle (2003), el trabajo etnográfico en el espacio virtual debe considerar la condición de anonimato del individuo; de esta manera, las manifestaciones de identidad que pueden ser observadas a través de la CMC deberán ser interpretadas a partir de esa condición desinhibida que el anonimato de la CMC permite al individuo. En este sentido y a partir del trabajo de este autor, el espacio virtual o espacio *on line*, es un área o lugar que permite la manifestación de múltiples identidades, desde esa condición de anonimato que genera la falta de contacto físico en las interacciones virtuales. Este espacio de libertad permite al que está detrás del teclado representarse constantemente de maneras distintas a las que normalmente lo haría en una interacción cara a cara.

Esto no quiere decir que el ciberespacio sea el único territorio que permita la manifestación de identidades múltiples. Esta diversidad de maneras que tiene el individuo de representarse a sí mismo ya había sido identificada previamente. Autores como Goffman (1987) referían que la interacción cara a cara está determinada por el tiempo y el espacio donde se desarrolla, creando de esta manera circunstancias particulares.

El espacio y el tiempo generan situaciones que determinan las representaciones que el individuo es capaz de manifestar, tanto en los espacios físicos como los espacios virtuales. De igual forma que el ambiente físico produce ambientes particulares que sirven de escenario para la interacción, así también las TIC generarán espacios virtuales particulares que serán definitivos para el tipo de interacción que ahí pueda ocurrir. La capacidad de distinguir, principalmente como observadores, todos los elementos que intervengan para la generación de estos ambientes será la parte fundamental de la práctica ciber-etnográfica.

Marc Augé menciona que toda investigación etnográfica requiere del testimonio presencial del investigador (Augé, 1994: 56). En este sentido, la etnografía del ciberespacio podrá encontrar diversas herramientas que permitan al investigador lograr la interpretación de toda la complejidad de las estructuras conceptuales.

Si nos centramos en el uso de herramientas para el registro de las observaciones en espacios virtuales, es necesario señalar la importancia de técnicas como el análisis del discurso y las interpretaciones sociolingüísticas de los mensajes transmitidos mediante la CMC. La interpretación de la textualidad manifestada dentro de los espacios virtuales es de vital importancia, por este motivo las herramientas principales para realizar la etnografía virtual serán todas aquellas relacionadas con el análisis del contenido de la comunicación presentada en el ciberespacio. La destreza demostrada para interpretar el sentido del texto, imágenes y sonidos que sean generados y transmitidos por las TIC será fundamental

Una vez obtenido el calendario, se comienza a documentar las entradas en un diario de campo con la estructura de observación, comentarios y análisis. Cabe señalar la conveniencia, dentro de estos estudios, de la posibilidad técnica y la facilidad para “guardar” no sólo las observaciones sino lo mismo observado (Ward, 1999), ya que cada

entrada al sistema puede ser grabada en archivo. De esta manera se puede crear un directorio electrónico y así documentar las entradas para su posterior análisis.

Las investigaciones del ciberespacio deben permitir distinguir la distancia que existe entre las representaciones manifestadas en comunidades virtuales y en comunidades reales, y, si es el caso, mencionar que las fronteras entre estos espacios son más cortas de lo que en la realidad podríamos llegar a considerar.

Estos son sólo algunos elementos que deberán ser considerados a la hora de estudiar las comunidades virtuales, partiendo del principio de que la investigación en los ambientes virtuales va más allá del territorio creado por las TIC. De igual manera, el espacio físico cada vez se va trasladando más a los ambientes virtuales, todo esto como consecuencia de las circunstancias espacio temporales características de la llamada Sociedad de la Información.

Otro campo de estudio específico que promete sendos desarrollos lo constituyen las prácticas de comunicación virtuales en dimensiones interactivas con las TIC, la cultura, el lenguaje, los tipos de comunicación y la sociedad, en función de las circunstancias que tipifican el mundo actual. Otras de las vetas investigativas serán la producción, transferencia, recepción y consumo de cultura y simbolismo, generados en el ciberespacio. Para concluir con los ejemplos de campos y líneas de investigación, se señala la importancia de estudiar el discurso en el género *chat* de Internet, lo cual, junto con todas las posibilidades que desde la cultura y la comunicación se presentan, inducen a la necesaria construcción teórica y analítica sobre los conceptos de "etnoinformación" y "etnociberespacio" con base en los contextos culturales y los entornos sociales en que se insertan los cibernautas, eso que llama Castells (1999) "Flujos de información y flujos simbólicos".

La llamada Sociedad de la Información ha generado cambios sumamente veloces en la manera en cómo interactuamos, el espacio donde lo hacemos y los modos que utilizamos para relacionarnos con los demás. La velocidad de estos cambios produce que constantemente exista una necesidad de conocimiento y uso de las TIC que permita la transmisión de esa información. De esta forma, el papel de la investigación de territorios virtuales se enfrentará a un doble reto: en primer lugar se encuentran los obstáculos que siempre se han presentado en el registro, la interpretación y la explicación de la información que pueda ser levantada en el campo con el uso de métodos y de técnicas

tradicionales de investigación, y en segundo lugar se presenta la posibilidad de acceso y adaptación al uso de la tecnología por parte del investigador.

Hay distintos tipos de comunidades virtuales: foros, grupos de email, redes sociales, grupos de noticias, chats, etc. Pero hay un tipo especial de comunidad virtual que ha aparecido recientemente y que tiene como finalidad la generación de ideas. Este tipo de comunidad virtual está siendo utilizada por las empresas con el objetivo de buscar una nueva forma de relación con los clientes y usuarios. Un caso concreto, que es objeto de estudio en este Trabajo Fin de Máster, es la comunidad virtual para la generación de ideas utilizada por la UNED.

### **3.2.1 Comunidades Virtuales para la generación de ideas**

Ya se ha explicado anteriormente que en una comunidad virtual se reúnen personas para comunicarse mediante ordenadores y redes, interactuando de forma continuada y siguiendo unas reglas preestablecidas. La existencia de comunidades virtuales entre alumnos/as, profesionales, etc. para el intercambio de ideas y experiencias, tiene su origen en las grandes posibilidades de socialización y de intercambio personal que proporcionan las redes.

Es relevante reseñar el experimento realizado por Barry et al. (1997), cuya finalidad era la de comprobar la calidad de las ideas que aporta un grupo o un individuo trabajando en solitario.

El experimento se desarrolló en dos partes, en un primer lugar el grupo trabajó en conjunto como un equipo (el proceso del *equipo*), y en segundo lugar los individuos primero trabajaron en solitario y a continuación juntos (el proceso *híbrido*).

A raíz de este experimento se construyó una teoría que relaciona el comportamiento del grupo previamente observado con cuatro variables que caracterizan el proceso creativo de resolución de problemas:

- (1) Calidad media de las ideas generadas
- (2) Número de ideas generadas
- (3) Variación en la calidad de las ideas generadas
- (4) Capacidad del grupo para discernir la calidad de las ideas.

La investigación previa define la eficacia como la calidad de la idea promedio, ignorando cualquier diferencia en la varianza y en la capacidad de discernir las mejores ideas.

En el montaje experimental, se encontró que los grupos que emplearon el proceso híbrido eran capaces de generar más y mejores ideas, así como poder discernir óptimamente sus

mejores ideas en comparación con los equipos que dependían exclusivamente de trabajo en grupo.

Demostrándose que un grupo de trabajo híbrido, es decir, personas que trabajan de manera individual con personas que trabajan en grupo, obtienen resultados más favorables que únicamente personas que trabajan en grupo.

En este artículo, se investigaron dos formas organizativas comúnmente sugeridas para la generación de ideas.

La primera consiste en la creación y evaluación de las ideas por las personas que trabajan juntas como un equipo en el mismo tiempo y espacio.

En el segundo enfoque, las personas trabajan independientemente por alguna fracción del tiempo asignado, y luego trabajan juntos como un equipo. A este procedimiento se le denomina *“proceso híbrido”*, también designado técnica de *grupo nominal*, se ha sugerido y estudiado en la literatura previa como *“manera de combinar efectivamente los méritos de los enfoques individuales y de equipo”*.

Estos estudios encuentran que el enfoque híbrido conduce a más ideas y a una mayor satisfacción con el proceso entre los participantes.

Estas comunidades virtuales para la generación de ideas están siendo utilizadas principalmente en el campo de las empresas y este es el punto en el que se centrará el trabajo a continuación. De acuerdo con Gros y Silva (2005) los entornos virtuales de aprendizaje y comunidades de generación de ideas contribuyen a que “los docentes puedan formarse de manera continua, participando de experiencias de formación centradas en perspectivas educativas constructivistas de raíces socio culturales, donde la interacción con los pares, la reflexión y el construir conocimiento en forma colaborativa, en comunidades de generación de ideas, son aspectos centrales”.

Los entornos virtuales de aprendizaje y las comunidades de generación de ideas pueden mejorar las competencias en cuanto a la información, uso y apropiación de los recursos tecnológicos para ser aplicados en el quehacer académico. Como consecuencia se potenciará la creación de entornos más flexibles para el aprendizaje, la eliminación de las barreras de espacio y tiempo para la interacción entre el docente y el estudiante, se incrementarán las posibilidades de comunicación y se favorecerá tanto el autoaprendizaje como el aprendizaje colaborativo.

Además, los docentes tendrán la oportunidad de cambiar su rol de transmisor de conocimientos para convertirse en un dinamizador y orientador del proceso de

aprendizaje de sus estudiantes y, con el apoyo de las TIC, mejorar su práctica docente y aumentar la calidad de la educación universitaria.

Esta transformación que sufre el rol del docente a la hora de dejar de ser mero transmisor para pasar a convertirse en un dinamizador del proceso de enseñanza aprendizaje surge como un paradigma para el estudio del aprendizaje en contexto mediante el análisis y diseño sistemático de herramientas y estrategias educativas (Design-Based Research Collective, 2003). Wang y Hannafin (2005) definen esta metodología como flexible pero sistemática, cuyo fin es mejorar las prácticas educativas en contextos reales a través de un proceso iterativo de análisis, diseño, desarrollo e implementación. Una de sus ventajas consiste en que además de brindar, a través del diseño, la oportunidad para impactar en la educación, permite profundizar en la comprensión de la dinámica entre las TIC, el desarrollo profesional docente y las comunidades de práctica (Coto & Dirckinck-Holmfeld, 2008).

En la fase inicial del proyecto, el grupo investigador y los miembros del programa desarrollaron una estrategia pedagógica que guía el diseño y la ejecución del programa de formación virtual, así como la definición e implementación de la infraestructura y de los servicios que apoyarían la comunidad de práctica. En este proceso se consideraron además de criterios pedagógicos y tecnológicos, criterios sociales que constituyeron la base para la creación de comunidades en línea funcionales (Barab, Thomas, & Merrill, 2001). De esta forma, se hace un esfuerzo consciente en la creación de actividades, espacios y una organización que ofrezca a los académicos posibilidades de diálogo, discusión, negociación y trabajo en grupo.

Los docentes han sido expuestos a una serie de actividades diseñadas para el aprendizaje de nuevos contenidos y habilidades para el trabajo colaborativo, así como a espacios para compartir con expertos y para reflexionar e integrar nuevo conocimiento en su práctica docente diaria con el apoyo de las TIC.

Los docentes participaron en diferentes actividades en línea tales como blog, foros académicos, foros para compartir ideas, avances y dudas, foros sociales (los cuales se caracterizan por incluir puntos de vista personales y por mantener un diálogo pragmático en donde la intención última es construir, desde distintas miradas, significados de un mismo tema). También intervinieron en reuniones sincrónicas virtuales para hablar y preguntar con libertad sobre cualquier tópico estudiado en la comunidad de práctica virtual permitiendo el intercambio social por medio del chat y las videoconferencias con la

herramienta Skype. De esta manera, el que los docentes usen espacios virtuales para formarse les permite vivir el ambiente y los roles que se esperan tanto del educador como del estudiante en un espacio virtual, logrando así una mayor comprensión de los escenarios a los que se pueden enfrentar cuando incorporen modalidades de aprendizaje bimodales o virtuales (Gros & Silva, 2005).

Las Universidades han dado importantes pasos en el desarrollo profesional docente tanto presencial como virtualmente. La Universidad es consciente de que debe hacer un esfuerzo para dotar a los profesores de las competencias sociales, pedagógicas, tecnológicas y administrativas para que puedan cumplir un rol efectivo de acuerdo con las demandas de la sociedad del conocimiento.

Las comunidades de práctica virtuales y generación de ideas se posicionan como una de las principales formas de desarrollo profesional docente sostenible. Por este motivo diversos países en el mundo están invirtiendo recursos en esta nueva modalidad.

A partir de la experiencia compartida con los investigadores, se aprendió que la efectividad de los procesos de desarrollo profesional e innovación académica viene determinada porque estos sean pertinentes, útiles y significativos para los docentes, así como que satisfagan sus necesidades inmediatas y futuras. Se deben considerar los valores, los conocimientos y las experiencias previas de los educadores de la misma manera que sus competencias tecnológicas. Pero lo más importante para los docentes de la Universidad Nacional radica en que estos procesos deben ser prolongados, se tiene que otorgar suficiente tiempo a los estudiantes para la participación, reflexión y aplicación de lo aprendido y conviene fomentar la colaboración y el compartir historias, experiencias y conocimiento con colegas creando nuevas redes personales y profesionales.

### **3.2.2 Comunidades Virtuales para la generación de ideas en el ámbito empresarial**

Se expondrá, en primer lugar, en qué consisten las denominadas “comunidades de clientes”, parte fundamental en una innovación abierta y productiva. Una “comunidad de clientes” es una plataforma de colaboración continua entre la empresa y sus clientes, como se ha desarrollado con anterioridad. Este concepto puede asemejarse a la colaboración entre los estudiantes y la Universidad, lo que fomentaría la posibilidad de un conocimiento más profundo de lo que los alumnos cambiarían de la misma para mejorarla.

Para que esto fuera factible, debería existir un canal de comunicación directo y organizado, que les implicara activamente. Dicho canal debería dividirse a su vez en



diferentes conductos que separasen la información por temas y servicios, en función de las necesidades del alumnado, desarrollando así una estructura de “generadores de ideas”. La finalidad de este proceso es que el feedback del alumno proporcione a la Universidad una información que ella pueda devolverle en forma de mejoras ajustadas a las necesidades que le han demandado. De esta manera la Universidad estaría detectando anticipadamente cualquier problema.

Los resultados que se pueden obtener son los siguientes:

- Operativos.
- Comunicativos.

Como se ha explicado anteriormente, las empresas están utilizando las comunidades de generación de ideas para obtener información. Pero en algunas de estas comunidades, las empresas utilizan la información que les dan los clientes. En este sentido, podemos ver a la UNED como una “empresa” que quiso utilizar la comunidad para extraer las ideas de sus “clientes” que son las personas que se pueden dar de alta en la plataforma. De esta manera se genera un nuevo diálogo en “clientes” y “usuarios”, diálogo en el que centrará el discurso a continuación.

### **3.2.2.1 Un nuevo tipo de diálogo con clientes y usuarios**

Se han establecido nuevos diálogos de clientes y usuarios, lo que se pretende es establecer un diálogo de las empresas con los clientes, y en este caso los clientes son los miembros de la comunidad. Lo que se va estudiar a continuación es un caso concreto de un tipo de comunidad que utiliza plataformas tecnológicas en un procedimiento de inteligencia colectiva para generar ideas, en el contexto de la comunidad virtual y empresarial.

En muchos casos los clientes son vistos como uno de los recursos clave para la generación de ideas, ya que a menudo tienen un profundo conocimiento del producto, así como la experiencia y el potencial de creatividad obtenido por el uso regular del producto. Esto es parecido a si se apunta que en la UNED los alumnos son los “clientes” y ellos con sus ideas ayudan a mejorarla, ya que nadie mejor que ellos saben cómo se puede perfeccionar. Las ideas generadas por los clientes suelen reflejar sus necesidades y deseos, pero también pueden representar sugerencias que describen cómo las ideas pueden ser transferidas a productos comercializables. Esto, a su vez, les permite utilizar

el producto de una manera mucho más completa, lo que aumenta el beneficio potencial de uso del producto.

Además, se encontró que los clientes participan en los procesos de ideación para mejorar la estrategia de la empresa, no sólo porque tienen un sentido de obligación de devolver algo a la misma a cambio de los productos que proporciona (motivo de reciprocidad), sino también porque se sienten alineados con la empresa.

Los investigadores y profesionales comparten un gran interés en comprender la influencia de la motivación en la creatividad. Desde una perspectiva científica, se quiere identificar la dependencia entre la motivación y la creatividad, ya que se considera que la ciencia necesita nuevas perspectivas teóricas e investigaciones empíricas para profundizar en el conocimiento de los procesos motivacionales que impulsan la creatividad. Pero también es necesario investigar esta relación desde una perspectiva práctica. Saber qué motivaciones impactan en la creatividad de los clientes y cuáles proporcionarán información valiosa sobre cómo las empresas, que están interesadas en recoger ideas de buena calidad, pueden crear estrategias de incentivos eficaces que atraigan clientes para generar ideas de alta calidad. Por lo tanto, nuestro enfoque en este estudio será examinar la influencia de diferentes motivos en la calidad de una idea.

En este nuevo diálogo que se crea entre empresa y cliente, se genera un proceso en el cuál los comentarios e ideas que aportan los clientes sobre los productos de una empresa son tan útiles que algunas de ellas pueden llegar a materializarse. Un ejemplo que cristaliza lo explicado anteriormente se encuentra en la empresa LEGO. En ella los clientes aportan ideas sobre los productos ya existentes o sobre la creación de otros nuevos, de tal manera que los proyectos propuestos tienen que llegar a los 10000 votos para que la empresa decida si esa idea se llevará o no al mercado y el creador recibirá, en caso afirmativo, un 1% de los beneficios. Aparece así una nueva forma de relacionarse con el cliente que muestra un nuevo sistema de innovación abierta (Open Innovation), siendo una herramienta fundamental hoy en día y utilizada por muchas empresas, para generar y utilizar las experiencias sobre un producto por parte de los clientes y construir la fidelización de los mismos.

En estos nuevos diálogos entre clientes y empresas se busca conocimiento por parte de la empresa y beneficios y diversión por parte del cliente. Formando un tándem perfecto entre empresa y clientes, en los cuáles la empresa ha encontrado un canal de cooperación y comunicación externo muy importante, este canal es el cliente. Hay que

tener en cuenta que tradicionalmente las compañías gestionaban la innovación de manera cerrada. Aunque no han dejado aparcado ese método de investigación de mercado, sí es cierto que utilizan nuevos procesos de obtención de información y generación de ideas gracias a los clientes, los cuales pueden transformar de manera estratégica e innovadora una empresa.

Como se explicó con anterioridad, algo parecido se ha realizado en la Comunidad Virtual de Generación de Ideas, Horizonte 50, en la cual la UNED sería la “empresa” que quiere establecer un nuevo diálogo con los “clientes” que son las personas que de algún u otro modo han formado parte de la UNED y tienen experiencias que contar e ideas para mejorarla.

A la hora de gestionar estas comunidades se ha utilizado la gamificación, elemento en el que se profundizará a continuación.

### **3.3 Gamificación al servicio de una nueva relación con clientes y usuarios**

En este TFM un aspecto muy importante a tener en cuenta es la gamificación. La Comunidad Virtual Horizonte 50 UNED, tiene implantado un sistema de gamificación en el que se ahondará, no sin antes revisar el concepto de gamificación. Para ello se repasarán algunas definiciones dadas por autores de renombre sobre este concepto.

Según Zichermann & Cunningham (2011) y Werbach & Hunter (2012), la gamificación consiste en el uso de mecánicas, elementos y técnicas de diseño de juegos en el contexto donde tradicionalmente no habría juegos para involucrar a los usuarios y resolver problemas.

Hay diferencias entre *juego* y *jugar*, el primer término implica un sistema explícito de reglas que tienen como misión guiar a los usuarios a metas que tienen un fin y con los que se pretenden obtener unos resultados, es decir, el juego tiene una estructura marcada y definida desde un principio, y conlleva unas reglas que se deben seguir.

En cambio, jugar, es realizar una actividad o hacer una cosa, generalmente ejercitando alguna capacidad o destreza, con el fin de divertirse o entretenerse.

Ramírez (2014) define gamificación como el uso de estrategias, modelos, dinámicas, mecánicas y elementos propios de los juegos en contextos ajenos a éstos, con el propósito de transmitir un mensaje o unos contenidos, para cambiar un comportamiento, a través de una experiencia lúdica que propicie la motivación, la implicación y la diversión.

Esta definición va más allá de la que nos dan Zichermann & Cunningham, y Werbach & Hunter, ya que explica que, lo que se pretende es transmitir un mensaje o unos contenidos, aprovechando las bondades que tiene la gamificación, la cual si está bien diseñada puede propiciar motivación, diversión e implicación en las tareas.

Otra definición que va en la línea de la de Ramírez es la siguiente:

"La gamificación es una técnica, un método y una estrategia a la vez. Parte del conocimiento y de los elementos que hacen atractivos a los juegos e identifica, dentro de una actividad, tarea o mensaje determinado, en un entorno de NO-juego, aquellos aspectos susceptibles de ser convertidos en juego o dinámicas lúdicas. Todo ello para conseguir una vinculación especial con los usuarios, incentivando un cambio de comportamiento o transmitiendo un mensaje o contenido. Es decir, crear una experiencia significativa y motivadora" (Martín, I. & Hierro, E., 2013, p.20)

En esta definición podemos observar que las autoras enmarcan la gamificación aunando "técnica, método y estrategia", e identifican la necesidad de buscar dentro de las actividades o tareas los elementos que hacen atractivos a los juegos para vincularlos a los mismos, buscando un cambio de comportamiento a la hora de realizar el trabajo que ha sido encomendado, gracias a la mejora en la experiencia y la motivación.

El objetivo principal que persigue la gamificación es motivar a los usuarios para conseguir que logren adquirir hábitos y alcanzar objetivos.

Los psicólogos distinguen entre motivación intrínseca y extrínseca:

- La motivación intrínseca se refiere al deseo de sentirse competente y autodeterminado.
- La motivación extrínseca incluye recompensas tales como compensación monetaria directa o indirecta y reconocimiento por otros.

La distinción entre motivaciones arraigadas en la psicología del individuo (factores internos) y motivaciones que se originan en el ambiente (factores externos y/o recompensas) se utilizará como base para discutir otros factores de motivación que generalmente llevan a los individuos a participar en comunidades virtuales, por lo tanto, son relevantes para nuestra investigación.

Una de las características de la sociedad del conocimiento en la que nos encontramos inmersos consiste en que el bienestar y la prosperidad están influidos por el nivel y la calidad de los conocimientos de sus miembros. Vivimos en la sociedad del conocimiento y

del aprendizaje, donde este último es continuo a lo largo de toda la vida, y en este aspecto es dónde las universidades juegan un rol fundamental, ya que gozan de la posibilidad de potenciar el aprendizaje de sus estudiantes y proveerles de oportunidades para que sean aprendices permanentes (Brown & Duguid, 2000), y generar así sociedades más equitativas y prósperas. Las Tecnologías para la Información y la Comunicación (TIC) poseen un gran potencial para transformar la educación, en especial la educación superior. Las universidades tienen la responsabilidad de construir y difundir el conocimiento hacia todos los ámbitos de la sociedad y las TIC se convierten en un aliado valioso en este proceso de construcción, distribución y democratización del conocimiento.

El conocimiento y las habilidades de los individuos son cada vez más decisivos en el bienestar de una nación y las universidades tienen la responsabilidad de contribuir a la generación de capital humano de alta calidad. Un elemento crucial para que las universidades cumplan con esta misión lo constituye el cuerpo docente (World Bank, 2000, 2002). Las instituciones de educación superior requieren docentes bien preparados y altamente motivados, que estén dispuestos a abandonar los enfoques pasivos y tradicionales de la educación y enfrentar el desafío que les imponen los cambios de la sociedad actual, una sociedad informatizada. Consecuentemente, las universidades deben redefinir el nuevo rol del docente y participar en su desarrollo profesional al brindarles oportunidades para adquirir un nuevo grupo de competencias que les permitan cumplir con su nuevo rol. Dicha formación debe considerar nuevas prácticas pedagógicas y el uso de las TIC como un medio para potenciar las mismas (Brogden & Couros, 2006). Con el fin de proporcionar a sus profesores nuevas oportunidades de desarrollo profesional, un importante número de universidades alrededor del mundo, disponen recursos financieros y humanos en la creación de programas de formación docente y en centros de tecnologías educativas, que tienen como objetivo apoyar al personal docente que desea integrar las TIC en los procesos de enseñanza y aprendizaje (Brogden & Couros, 2006). De acuerdo con las últimas investigaciones (Barab & Duffy, 2000; Karlsson, 2004; Schlager & Fusco, 2004) para que estos esfuerzos generen resultados positivos resulta fundamental considerar además la dimensión social y ofrecer a los docentes oportunidades para colaborar e intercambiar experiencias y conocimientos con otros colegas, lo cual plantea una perspectiva interesante para nuestro medio docente, donde los académicos usualmente diseñan y ejercen su práctica educativa de forma aislada e individual.

Se incentivará al usuario a participar, compartir e interactuar en alguna actividad de forma individual o con la comunidad.

Y a partir de esta idea se ahondará seguidamente sobre qué se les ofrece a los participantes de una comunidad cuando logran algo y cuáles son las dinámicas más utilizadas en la gamificación.

Una vez se ha expuesto en qué consiste la gamificación, así como cuales son los objetivos principales que persigue, se pasará a especificar cuales son las herramientas de las que se vale. Las herramientas más utilizadas en la gamificación son las insignias, trofeos y puntos que representan haber logrado algo. Así los logros pueden ser fáciles, difíciles, divertidos, etc...

Las insignias desafían a los usuarios a conseguir una puntuación más alta, ejemplifican las actividades e interacciones que son valoradas por la comunidad, de tal manera que se está recompensando un buen comportamiento del participante: conversador, explorador, etc.

A su vez los trofeos representan de manera visual que un participante ha logrado algo. Esta es una forma de dar valor al trabajo aportado por el participante.

Finalmente los puntos son un gran atractivo para todo el mundo, tanto ganarlos como conservarlos, y es eso precisamente lo que consigue que aumente la motivación ante ellos. La puntuación puede ser utilizada para recompensar a los usuarios por sus diferentes comportamientos u objetivos conseguidos en una aplicación.

Los puntos también pueden ser utilizados como indicadores de status, gastarse para desbloquear el acceso a nuevos contenidos o invertirlos para obtener bienes y regalos. A los usuarios les encanta ser recompensados y sentirse ganadores de algo. Seguidamente se explicarán los motivos por los cuáles se obtienen puntos en un sistema gamificado:

- Puntos por antigüedad→ se basa en el tiempo que un usuario lleva dedicado a la plataforma.
- Puntos por obtención de badgets→ cada meta obtenida tiene un valor, la cantidad de puntos depende de lo que el gamificador considere.
- Puntos sociales→ se establecen a condición de compartir: twitteando, likes, pins, etc. Los distintos elementos que se comparten pueden ser méritos que has obtenido en la plataforma, ideas, etc.

- Puntos por el amigo → hay muchos sectores que les interesa atraer a consumidores, por lo que a veces se dan puntos cuando una persona accede a la plataforma gracias a ti.

Por otro lado, hay varias dinámicas en la gamificación que se tienen en cuenta a la hora de buscar un “enganche” del participante a la actividad de la plataforma o comunidad virtual. Algunas de ellas son las siguientes:

- **Aversión a la pérdida:** usada para fomentar la participación continua, esta dinámica se basa en la inclinación natural para evitar el castigo.
- **Citas:** aquí hablamos de eventos específicos en los que los usuarios deben participar. Un ejemplo es el juego de Zynga Farmville. Este juego, de enorme éxito, requería que los usuarios recogiesen sus cosechas después de una determinada cantidad de tiempo desde la siembra.
- **Colaboración en grupo:** esta dinámica motiva a los usuarios a trabajar en equipo para resolver un problema o un desafío. Los usuarios normalmente están más más motivados si su éxito depende de otros miembros del grupo y no sólo de sus propias acciones.
- **Descubrimientos:** a todos nos encanta lo nuevo, y con este tipo de dinámicas puedes deleitar a tus usuarios con la sorpresa de conseguir algo nuevo, provocando además su curiosidad.
- **Impulso del comportamiento:** esta dinámica se refiere a la tendencia de los usuarios a seguir haciendo lo que han estado haciendo.
- **Logros épicos:** con esta dinámica otorgas al usuario la sensación de lograr algo grande, imponente y más grande que uno mismo.
- **Misiones y desafíos:** los desafíos suelen tener un tiempo límite o elementos de competición. Las misiones, por otro lado, son caminos de obstáculos que los participantes deben superar. En estas dinámicas la incertidumbre también es importante. Si sabes que vas a triunfar, te dejas ir y pierdes motivación.
- **Niveles:** un clásico mediante el cual los participantes son recompensados por la acumulación de puntos. A menudo los juegos usan los niveles para desbloquear elementos a medida que los usuarios avanzan. El uso de niveles es uno de los componentes más altos de motivación para los jugadores.
- **Viralidad:** elemento de los juegos que requiere varias personas para jugar o que hace que consigas mejores resultados si se juega con varias personas.

Las dinámicas de gamificación tienen que estar bien planificadas, para ello se tiene que diseñar muy bien la estrategia a seguir.

Una vez analizado el concepto de gamificación, los objetivos que persigue así como las herramientas que utiliza en su funcionamiento, seguidamente se reflexionara sobre diferentes estrategias a seguir para una óptima gamificación.

### **3.3.1 Estrategias en el diseño de la gamificación**

Para realizar el diseño de la estrategia de la gamificación se ha elegido una de las estructuras más reconocidas, y es la propuesta por Kevin Werbach, Werbach es un Profesor Asociado de Estudios Jurídicos y Ética Empresarial en la Wharton School de la Universidad de Pensilvania.

Werbach es el ex-editor de la versión 1.0, una publicación de la industria de renombre que proporcionó el análisis de vanguardia de las tendencias de la tecnología clave para la gamificación enfocada para altos ejecutivos.

Werbach basa su estrategia de gamificación en la conocida como DMC (Dinámica, Mecánica, Componentes). En ella la dinámica son los elementos que provocan la inmersión del jugador en la actividad. La mecánica tiene que ver con el funcionamiento del juego, por ejemplo, las reglas y restricciones, mientras que los componentes son los elementos que constituyen el juego.

En la siguiente tabla se muestran algunos ejemplos.



## Modelo de Kevin Werbach

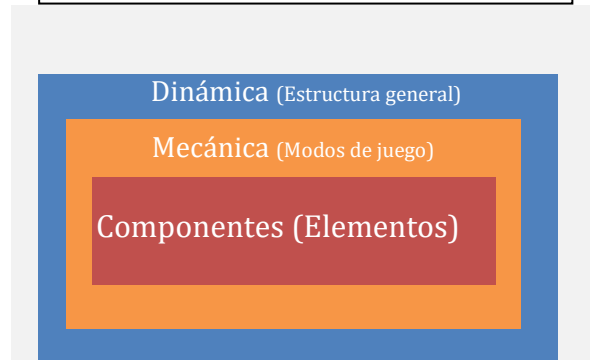


Ilustración 1: Modelo de Kevin Werbach

Dinámica	Mecánica	Componentes
Elementos que provocan la inmersión del participante	Cómo se lleva a cabo la estrategia	Elementos componen la estrategia
Narrativa	Restricciones	Logros
Relaciones	Retos	Avatares
Emociones	Niveles	Insignias ( <i>badges</i> )
Progreso	Competencia	Colecciones
	Cooperación	Combates
	Retroalimentación	Desbloqueo de contenido.
	Adquisición de recursos	Regalos
	Recompensas	Tablero de logros
	Transacciones	Niveles
	Turnos	Puntos
	Condiciones para ganar	Misiones

Tabla 1: Tabla del modelo de Kevin Werbach

### **3.3.1.a Trayecto del jugador**

Otro elemento importante para un buen diseño es el trayecto del jugador. Este se refiere al ciclo de vida del juego, es decir, la experiencia o progresión del jugador a través del tiempo, desde el primer contacto con el sistema de gamificación hasta que logra dominarlo por completo.

Conforme se avanza en el “juego” (estrategia) los jugadores (alumnos) tienen necesidades distintas y las estrategias que debemos diseñar varían en cada etapa.

Dentro de este trayecto podemos identificar 4 etapas: *Discovery*, *Onboarding*, *Scaffolding* y *Endgame*.

#### 3.3.1.a.1 *Discovery*

Se define como una etapa de descubrimiento. Esta etapa se inicia cuando el alumno escucha o conoce por primera vez que el curso tendrá “algo” diferente. Se usen estrategias de gamificación de manera explícita o no, se debe planear cómo se desea que el alumno conozca por primera vez el sistema (las reglas, la dinámica, los componentes, etc.) antes de que comience a participar en este. El jugador necesita conocer que existe un sistema de gamificación.

#### 3.3.1.a.2 *Onboarding*

Esta etapa es una especie de “entrenamiento” que permite al jugador familiarizarse con la dinámica y la mecánica del juego. Es una etapa corta pero extremadamente importante ya que es aquí donde el jugador se enfrenta por primera vez a la estrategia y será crucial para lograr el enganche del participante al sistema.

Es probable que el jugador se sienta irritado por tener que enfrentarse a una nueva forma de lograr algo que se sale de lo habitual. Por este motivo es crucial que durante esta etapa se dé a conocer la estrategia al jugador, y que se le pueda reconocer el trabajo que va a dedicar a explorar la plataforma así como por comenzar su participación en ella. Por lo que se recomienda dar al jugador reconocimientos rápidos y sencillos al inicio.

La primera recompensa debe ser fácil de alcanzar. Esto permite lograr dos cosas:

- a) Introducir al jugador al sistema de gamificación.
- b) Atraer la atención hacia el concepto de “comportamiento–recompensa”, causa y efecto.

### 3.3.1.a.3 Scaffolding

En esta etapa los jugadores comienzan a aplicar todo lo que aprendieron en la etapa anterior, es cuando participan activamente buscando el objetivo.

Durante esta etapa es necesario reforzar constantemente el juego entre los jugadores. Un ejemplo lo encontramos en FreeRice.com una empresa que busca donaciones de arroz en pro de combatir la hambruna, ya que mantiene recordatorios constantes a cada persona de la cantidad de granos de arroz que están donando basándose en su participación.

### 3.3.1.a.4 Endgame

La última etapa es cuando los jugadores creen que han logrado ya todos los estados posibles y todas las opciones y piensan que ya no hay más cosas que deban descubrir. El reto en el diseño del juego es lograr que sea lo suficientemente entretenido y continúe generando sorpresa e interés entre aquellos jugadores avanzados que lograron un alto nivel de progreso.

### **3.3.1.b Ciclos de actividad (*activity loops*)**

A lo largo del juego el jugador se mantendrá activo en los denominados ciclos de actividad (*activity loops*). Existen dos tipos de ciclos:

#### 3.3.1.b.1 Engagement loops

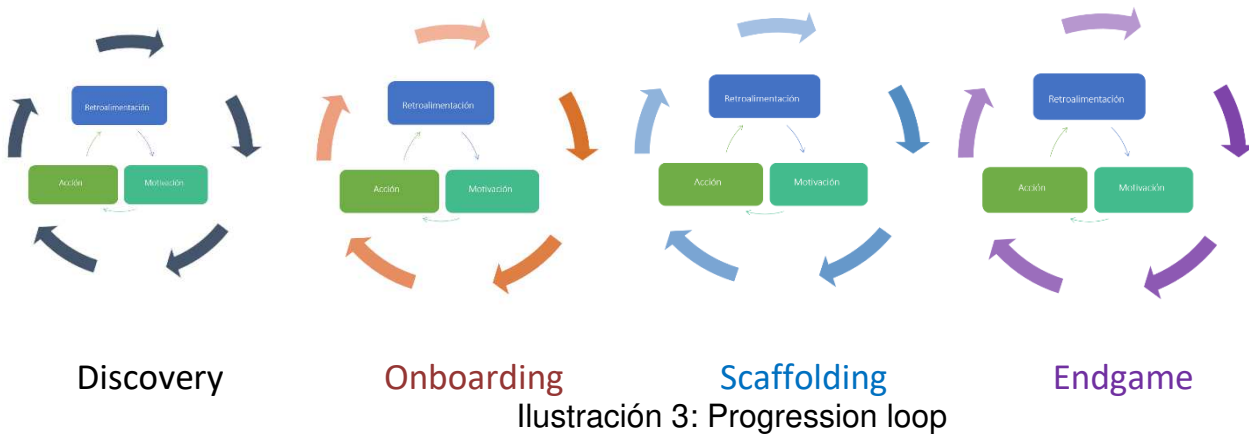
Basados en las reglas del diseño motivacional debemos identificar las acciones que deseamos que el jugador repita, motivarlo para que las realice y darle retroalimentación para que aprenda y se vuelva a motivar de manera que continúe llevándolas a cabo permaneciendo así en el ciclo.



Ilustración 2: Engagement loop

### 3.3.1.b.2 Progression loop

Se refiere al ciclo completo del juego donde el jugador avanza a través de pequeños “*engagement loops*” progresando gradualmente hacia el fin del juego.



### 3.3.2 Los peligros de la gamificación

Cuando se introduce el juego en la escuela encontramos dos problemas fundamentales. En primer lugar la falta de motivación debido a un sistema de gamificación mal diseñado y en segundo lugar generar incentivos que mal aplicados causan al participante falta de interés por un juego íntegro.

Para motivar el compromiso, los investigadores de la gamificación proponen puntos de progresión y puntos de experiencia para replantear el desempeño de forma estrictamente positiva.

De esta manera los puntos de progresión pueden ser definidos como el otorgamiento de puntos al participante al completar una parte de la actividad que le ha sido encomendada, de esta manera el usuario deberá llegar hasta el 100% de los puntos. Ésta es una técnica muy usual en la gamificación. Por otro lado los puntos de experiencia consisten en valorar al participante mediante puntos los niveles de experiencia que ha demostrado al resolver desafíos, ayudar a otros participantes, etc... como ocurre en el deporte (infantil, cadete, juvenil, etc.)

Un estudiante no puede perder XP (puntos de experiencia) y dejar caer un nivel, en lugar de eso simplemente lo que tendría que suceder es que no pudiera progresar a un grado tan alto. Como ejemplo y haciendo un símil con las calificaciones que pueden ser obtenidas en tesis doctorales, un buen trabajo se recompensa con una calificación de nota comprendida entre 0 y 10, aparte puede sumarse una condición que es *cum laude* que significa "con alabanza" y se usa como calificación máxima de tesis doctorales.

### **3.3.2.1 Exposición del problema**

El problema se origina a partir de la teoría de (Deci y Ryan, 2002) que condujo a la hipótesis de que una vez que una actividad es asociada con una recompensa externa, la persona estará menos interesada o inclinada a participar en la actividad en el futuro cuando exista una ausencia del incentivo.

### **3.3.2.2 Estudio de los marcadores**

El efecto de sobrejustificación se manifiesta en los casos en donde ofrecer un incentivo externo a una persona disminuye su motivación intrínseca para llevar a cabo esa tarea, por ejemplo, un estímulo externo, como el dinero o un premio, disminuye la motivación intrínseca de una persona para realizar dicha labor. Autores como Lepper, Greene y Nisbett (1973) confirmaron esta teoría en su experimento de campo en un jardín de infancia.

Cuando realizamos una determinada tarea, convergen dos tipos de motivación, como ya se ha explicado con anterioridad, la intrínseca y extrínseca. Pueden estar presente una o las dos al mismo tiempo, dependiendo de lo que provoque o brinde impulso a la persona para realizar una determinada tarea.

Lepper, Greene y Nisbett llevaron a cabo una actividad para averiguar si el ofrecimiento de recompensas, que es una forma de motivación extrínseca, disminuye la motivación intrínseca de una persona.

La importancia de la motivación extrínseca, o la motivación para realizar una actividad porque conduce a algo más, como obtener recompensas y beneficios, sobre la motivación intrínseca o el deseo de realizar una actividad por el disfrute derivado de la actividad misma, es la base del efecto de sobrejustificación.

De esta manera lo que le importará más a la persona será el incentivo que reciba en lugar del placer y la satisfacción que se obtienen cuando se realiza la actividad. Se produce un cambio en la motivación hacia factores extrínsecos y una debilitación de la motivación intrínseca preexistente.

### **3.3.2.3 Metodología**

Lepper, Greene y Nisbett fueron a un jardín de infancia y observaron el interés intrínseco de los niños en diversas actividades escolares. Luego, pusieron a los niños entre 3 y 5

años a jugar y dibujar con rotuladores y, al mismo tiempo, se los ubicó en una de las tres condiciones del experimento. Las condiciones fueron las siguientes:

Primera condición: **condición de recompensa esperada**

En esta condición, se les prometió a los niños que recibirían un lazo de "Buen Jugador" por participar en la actividad en donde tenían que dibujar con rotuladores. Hay que tener en cuenta que los infantes ya realizaban esta actividad desde antes, con un interés intrínseco puro.

Segunda condición: **condición de recompensa no esperada**

En esta segunda opción, no se les dijo a los niños que iban a recibir ninguna recompensa hasta que finalizó la actividad.

Tercera condición: **condición sin recompensa**

Por último, en esta tercera condición, a los niños no se les contó nada sobre ninguna recompensa ni se les dio nada. Este grupo de niños fue utilizado como grupo de control, ya que las recompensas extrínsecas no existieron, ni antes ni después de la actividad.

Más tarde, los niños fueron nuevamente observados en un entorno en donde podían jugar a lo que quisieran, para averiguar si existía una diferencia importante en el número de niños que participaban de la misma actividad, esta vez sin ninguna promesa de recibir una recompensa.

#### **3.3.2.4 Resultados**

Los investigadores descubrieron que los niños a los que se les había prometido recibir una recompensa durante la primera parte del experimento jugaron mucho menos con los rotuladores.

De acuerdo con la hipótesis del efecto de sobrejustificación, los niños que sabían que iban a ser recompensados, es decir, que tenían la "Condición de recompensa esperada" perdieron notablemente su interés en sus actividades desde la presentación de las recompensas.

Sin embargo, no hubo ningún cambio en el interés del grupo que recibió la recompensa de forma inesperada, ya que estos niños no supieron de la existencia de la recompensa hasta que terminó la actividad, por lo que su comportamiento fue atribuido al disfrute de la actividad. De la misma manera, los que nunca recibieron ninguna recompensa tampoco mostraron ningún cambio o disminución de interés como resultado.

### **3.3.2.5 Conclusión**

El experimento demostró que es muy probable que el interés de un individuo en una actividad disminuya si se le induce a participar en ella como un medio para lograr algún objetivo extrínseco.

Posteriormente, Lepper, Greene y Nisbett llegaron a la conclusión de que las recompensas esperadas debilitan la motivación intrínseca de las personas en actividades que antes disfrutaban o valían la pena.

### **3.3.2.6 Aplicación**

Los hallazgos de los investigadores son importantes, especialmente para los padres y los educadores en su intento de inculcar el impulso y la motivación intrínseca a los niños. Deben basarse en la motivación intrínseca y preservar los sentimientos de autonomía y competencia tanto como sea posible.

Es seguro ofrecer recompensas extrínsecas cuando se trata de tareas que no son deseables o no valen la pena y la motivación intrínseca es insuficiente. Algunos ejemplos de este tipo de actividades que los individuos no encuentran placenteras son las tareas del hogar.

En conclusión, cuando se impone el control a las personas ofreciéndoles recompensas e incentivos, el efecto a largo plazo será la pérdida de la motivación intrínseca, seguida de una disminución en el rendimiento. Esto es aplicable en un aula.

Al ofrecer una recompensa para realizar una tarea (es decir, XP para hacer la tarea o presentarse a clase) el cometido en sí mismo no es atractivo para el participante, de lo contrario no sería necesaria una recompensa. Una vez que el estudiante cumple y obtiene la recompensa se producirían dos posibles efectos:

- 1) el estudiante nunca hará la tarea sin una recompensa de nuevo (ahí entra la motivación intrínseca)
- 2) una vez que el zumbido inicial de la recompensa se disipa, el beneficio de la recompensa debe aumentar para que el agente cumpla de nuevo.

En relación con lo expuesto y según estudios publicados por Camerer (1997), se analizaron los datos de miles de taxistas de la ciudad de Nueva York. Su objetivo era averiguar si realmente eran eficientes los taxistas de esta ciudad. Los investigadores se dieron cuenta de que estos empleados tenían días de mucho trabajo y otros con muy

poca ocupación. Es de suponer que los taxistas los días de mucho ajetreo laboral en los que los clientes solicitaban más carreras, trabajasen más para ganar más dinero, pero los estudios demostraron que estos días en los que podían tener más carga de trabajo, los taxistas se iban más pronto a casa, y en los días en los que había mal tiempo continuaban trabajando. El incentivo económico en este caso no sirve, ya que, por lógica económica, los taxistas deberían asignar más horas de trabajo a aquellos días que tenían mayor potencial de ganancias, sin embargo, hacían justo lo contrario. Lo que sucedía es que estos trabajadores de Nueva York tienen un salario “ideal” y una vez alcanzado paraban de trabajar, aunque fuera la primera hora del día.

Otro ejemplo lo encontramos también en una investigación de Glucksberg (1962) que ante el “problema de la vela” (un problema que requiere creatividad para resolverse) los individuos que recibían recompensa económica por resolverlo rápidamente tardaban más que los que no la obtenían.

Incluso podemos ver en varias investigaciones que los incentivos disminuyen la probabilidad de emitir conductas solidarias. Por ejemplo, en un estudio de Mellström & Johannesson (2008) se demuestra que la donación de sangre, cuando se paga, registra un menor número de personas dispuestas a donar. Y finalmente, descubrimos que incluso estimula el comportamiento inapropiado: así lo revela una investigación de Gneezy & Rustichini (2000) exponiendo que cuando se multa a unos padres por recoger tarde a sus hijos aumenta el número de veces que llegan tarde, en vez de disminuir: la multa hace de “precio por llegar tarde”.

Hay que intentar guiar al trabajador hacia **la motivación intrínseca**, un camino que requiere que abandonemos prejuicios sobre el trabajo y estemos abiertos a un planteamiento distinto sobre la organización del mismo (sin olvidarnos de lo importante que será para el trabajador tener un salario percibido como digno). Consideraremos motivación intrínseca aquella que implica:

- ✓ Sentirse competente con el trabajo (competencia)
- ✓ Tener autonomía en la tarea
- ✓ Trabajo relacionado con el bien social (prosociabilidad)



La Universidad se puede ver como una empresa que necesita de sus alumnos para poder funcionar. Hoy en día hay mucha competencia entre Universidades, y la UNED no puede desaprovechar la oportunidad de trabajar por y para el alumno preguntándole como mejoraría la UNED. Con esta finalidad ha creado la Comunidad Horizonte 50 de la UNED, persiguiendo con su estrategia de gamificación, promover y mejorar la tasa de matriculación de alumnos potenciales en su universidad. La UNED con esta comunidad intenta generar una mayor participación de sus alumnos para mejorar la calidad de los servicios que la Universidad les ofrece.

La creación de valor mutuo o co-creación que se da en la comunidad está relacionada con la perspectiva de la innovación abierta en cuanto a la cooperación para combinar conocimientos. Según la innovación abierta, la gestión debe organizar las transacciones de conocimiento con el entorno. Esto implica, desarrollar tres actividades principales según Lichtenthaler y Ernst (2006):

- Adquirir conocimiento
- Integrar conocimiento
- Explotar conocimiento

Precisamente, puede verse incrementado a través de las prácticas de innovación abierta en las organizaciones, aunque no es posible si previamente no se construye un ecosistema interno basado en el conocimiento que soporte la cultura de la innovación y se organice desde una estructura de fomento de la participación de todos los integrantes de la organización. Una vez que la entidad está inmersa en una cultura de colaboración y participación puede recurrir a recursos externos como los procesos de difusión de problemas a otras entidades, empresas, o Universidades, para así, poder aprovechar las ventajas que proporciona la inteligencia colectiva y la innovación abierta.

Es muy importante promover una cultura de la participación, para luego pedir que los participantes colaboren. Se alcanzará el equilibrio de Nash cuando los jugadores lleguen a un punto donde no hay marcha atrás, ya que empeora su bienestar y por ello, continuarán con el juego.

## **4. Objeto de investigación**

### **4.1 Título**

Análisis del desarrollo de las comunidades de generación de ideas. Estudio de la eficacia de la gamificación como herramienta estimuladora de la participación utilizada en la Comunidad Horizonte UNED 50.

### **4.2 Delimitación del objeto de investigación**

El objeto de esta investigación es analizar cómo se desarrollan las comunidades de generación de ideas, de tal manera que podamos estudiar cómo se involucran los participantes en ella. Además se examinará cómo afecta la gamificación que ha sido diseñada ad hoc, viendo si ha sido eficiente o no y cómo se podría mejorar.

El trabajo se ha centrado en el análisis y estudio del grado de implicación de los participantes en la comunidad de generación de ideas que desarrolló la UNED, así como, en la relevancia que ha tenido la gamificación con la que se diseñó la plataforma, y si ésta ha servido y en qué medida para que mejore el grado de participación de los miembros de la comunidad.

La comunidad objeto de estudio tiene las siguientes categorías con sus correspondientes subcategorías.

#### Categoría “Metodología”

Subcategoría “Contenidos”

Subcategoría “Cooperación”

Subcategoría “Actividades”

Subcategoría “Evaluación”

Subcategoría “Motivación y personalización”

Subcategoría “Prospectiva y Calidad”

Subcategoría “Soportes Tecnológicos”

#### Categoría “Centros Asociados”

Subcategoría “Organización académica y tutorías”

Subcategoría “Gobernanza y PAS”

Subcategoría “Implicación de estudiantes”

Categoría “Oferta Educativa”

Subcategoría “Empleabilidad”

Subcategoría “Elección Itinerario”

Subcategoría “Másters”

Subcategoría “Centros de Formación Permanente”

Subcategoría “Calidad de Formación Permanente”

Subcategoría “Para el conocimiento”

Categoría “Gobernanza”

Subcategoría “Administración electrónica”

Subcategoría “Transparencia y participación”

Subcategoría “Sostenibilidad económica”

Subcategoría “Entorno”

Categoría “Investigación y Transferencia”

Subcategoría “Investigación”

Subcategoría “Europa 2020”

Subcategoría “Transferencia”

Subcategoría “Impulso a la investigación”

Categoría “Internacionalización”

Subcategoría “Internacionalización”

Subcategoría “Fomentar Intercambios”

Subcategoría “Doctorandos”

Subcategoría “Nanogradados Compartidos UE”

Subcategoría “Consulting Educativo”

Puesto que el hecho de analizar todos los comentarios de las categorías y sub-categorías de la comunidad se hace inabordable, se ha decidido realizar el análisis de la Categoría “Metodología” con todas sus subcategorías:

- “Contenidos”
- “Cooperación”
- “Actividades”
- “Evaluación”
- “Motivación y personalización”
- “Prospectiva y Calidad”
- “Soportes Tecnológicos”

Se ha elegido esta categoría porque ofrecía a los participantes la posibilidad de mejorar un aspecto muy importante de su experiencia educativa como es el modelo docente innovador. Éste debe garantizar una enseñanza de calidad para todos haciendo uso de los nuevos métodos de enseñanza, así como de las tecnologías tanto en el desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje, como en los sistemas de evaluación, realizando los participantes de esta manera participaciones más prolifas.

En esta categoría han participado 225 usuarios.

#### **4.3 Pregunta de investigación**

¿Cuál es el grado implicación que tienen los participantes en una comunidad de generación de ideas?

¿Es eficiente la gamificación diseñada en la Comunidad Horizonte UNED 50 como herramienta que ayuda a estimular la participación de los miembros que la forman?

#### **4.4 Objetivos**

Para responder a la pregunta de investigación, nos planteamos los siguientes objetivos:

##### **Objetivos Generales**

- Evaluar el desarrollo de una comunidad de generación de ideas.
- Establecer una relación entre el diseño de la gamificación de la plataforma y el grado de implicación de los participantes.

##### **Objetivos Secundarios**

- Analizar si la gamificación ha sido utilizada en beneficio propio de algunos de los participantes.
- Realizar propuestas de mejora que podrían optimizar el diseño de la gamificación ayudando a aumentar la implicación de los participantes en la plataforma y mejorar de este modo la calidad de sus comentarios.

## **5. Diseño Metodológico**

### **5.1 Enfoque metodológico**

#### **5.1.1 Estrategia**

Se plantea un estudio descriptivo sobre las interacciones que se producen en comunidades de aprendizaje.

La recogida de datos se ha realizado mediante observación no participante. Los datos obtenidos son de tipo documental: las transcripciones de las participaciones de los miembros de la comunidad Horizonte UNED 50.

Los datos no han sido manipulados, pero sí ha sido necesario formatearlos para su posterior estudio:

- Tabular y preparar los datos para los análisis posteriores.

A continuación, los datos se han sometido a diferentes tipos de análisis:

1. Análisis de la participación.
2. Análisis de contenido.
  - a. De la calidad de la participación
  - b. Del tipo de interacción

#### **5.1.2 Perspectiva de investigación**

A la hora de optar entre una perspectiva cualitativa o una cuantitativa (o una articulación de ambas), es frecuente elegir una u otra según el objeto investigado. Así suele elegirse la perspectiva cuantitativa cuando se trata de investigar hechos, etc. y la perspectiva cualitativa si lo que se estudia son motivaciones, representaciones, etc. (Arriazu, 2007).

El análisis cualitativo requiere de un investigador que pueda identificar los patrones de temas de los datos recogidos en el estudio. Esta tarea es compleja debido a que los datos no son números, y por lo general tienen forma textual o narrativa. El proceso resulta largo, como ha sido el caso de este TFM, en este asunto concreto se han analizado textos procedentes de comentarios de participantes de la comunidad. De tal manera que el investigador se ve avocado a expresar, ordenar, describir, analizar e interpretar los datos mediante conceptos y razonamientos.

Por otro lado desde un enfoque cuantitativo, el investigador se apoyaría en números y estructuras matemáticas para examinar conceptos y razonamientos.

Se debe tener en cuenta que todo análisis incluye siempre componentes cualitativos, ya que, cualesquiera que sean las técnicas que se apliquen a los datos, al final tienen que ser traducidas a palabras. Las interpretaciones no fundadas en datos válidos, son vacías y los datos sin interpretación carecen de significado. En este caso, al ser una investigación científica sobre el estudio de las relaciones humanas que atañen a la educación, la metodología a utilizar puede ser exclusivamente cualitativa. (Yela, 1994, citado por Feliz y Ricoy, 2003, p. 133)

En este trabajo todos los elementos de la investigación: objeto de estudio, pregunta de investigación, metodología, origen de los datos y técnica de recogida utilizada, tienen relación con las TIC, pues se han llevado a cabo utilizando o teniendo en cuenta las nuevas tecnologías e Internet. Bajo la perspectiva del uso de las nuevas tecnologías que ayudan a comunicarnos actualmente, tenemos que considerar una perspectiva de investigación desde el paradigma sociotécnico (Domínguez, 2003). Este autor especifica que la era de internet emerge como un nuevo paradigma sociotécnico que representa novedades acerca de la forma de acceder a la información y al tratamiento de datos. Con su nueva visión se observa una clara tendencia hacia un nuevo modo de investigar, que es similar al cualitativo pero los métodos deben adaptarse a los nuevos medios y contextos culturales. Aunque sin olvidar que parte de las premisas de la investigación social desde un punto de vista cualitativo.

Dejando al margen, por el momento, la influencia de las tecnologías en los elementos de la investigación, hay que considerar que, en este caso, vamos a:

- Categorizar a los participantes en base al número de intervenciones, utilizando como indicador el número de mensajes (perspectiva cuantitativa).
- Realizar análisis de contenido, utilizando un sistema de categorías construido de forma inductiva (perspectiva cualitativa).
- Realizar análisis de frecuencias (perspectiva cuantitativa).

En muchos de estos casos se plantea de forma abierta la necesidad de exportar algunos rasgos de la producción colaborativa al terreno de la ciencia.

## **5.2 Grupo y periodo de estudio**

Los miembros que pueden participar en la comunidad de generación de ideas de la UNED, denominada como ya se ha mencionado con anterioridad Horizonte UNED 50, son alumnos, profesores, personal de servicios, etc. es decir, distintos profesionales de perfiles diversos que han pasado por la UNED y que tienen ideas que aportar para mejorarla. De los comentarios aportados por los participantes se desprende que en su inmensa mayoría (un 95%) han sido alumnos y el 5% restante han sido profesores, esta información ha sido obtenida del contenido de las aportaciones de los participantes, ya que en la plataforma no había información sobre qué perfil tienen sus usuarios.

Se ha elegido la categoría “Metodología”, con todas sus subcategorías para realizar el estudio. En esta categoría han contribuido 225 participantes aportando entre todos 2296 comentarios a la comunidad, dichos comentarios han sido analizados.

El periodo de estudio en el cual han sido recogido los mensajes del grupo de participantes comentado anteriormente ha sido aproximadamente de 3 meses: entre el 18-04-2016 cuando se abrió la comunidad para que las personas que tienen relación con la UNED pudieran hacerse miembros de la comunidad y el 14-07-2016 cuando se cerró la comunidad para las aportaciones de sus miembros.

## **5.3 Recogida y preparación de datos**

A continuación se explicará cual ha sido el proceso de recogida y preparación de los datos. En primer lugar me registré en la Web con el nombre de jcebrian70, y se utilizó esta identidad para acceder a las categorías, pero sin intervenir en ningún momento.

Se descargaron la totalidad de los mensajes de todas las categorías y subcategorías de la comunidad, pero la cantidad de comentarios que habían realizado los participantes era tan grande, que se optó por elegir una de las categorías con todas las subcategorías para poder realizar de manera detallada un análisis exhaustivo de la información recopilada.

Los mensajes recogidos de la plataforma se organizaron en una hoja de cálculo, construyendo nueve tablas para cada una de las subcategorías de la categoría “Metodología”. La tabulación permitió totalizar, ordenar y filtrar los datos, comprobando su integridad y que todos los mensajes incluidos pertenecieran al periodo de estudio.

## 5.4 Procedimientos

Los procedimientos que se han utilizado se pueden diferenciar en tres partes:

### 1.) Análisis de contenido.

Se va a realizar un tratamiento del material consistente en someter a una codificación los mensajes recogidos en la plataforma. En esta parte se crearán una serie de categorías diferenciando los tipos de mensajes que aportan los participantes.

El análisis de contenido que se va a llevar a cabo se planificará respetando las distintas fases que autores como Bardin (2002) consideran que posee esta técnica: el preanálisis, el tratamiento del material y la interpretación de los resultados.

El *preanálisis* es la fase de organización, en la que se realiza una lectura superficial del material y se eligen los documentos a analizar.

El *tratamiento de material* consiste en someterlo a codificación, en esta parte se crearán unas categorías diferenciando los tipos de mensajes que aportan los participantes.

En el caso de un análisis como es este se trata de:

- Descomponer el material, eligiendo las unidades de análisis (o unidades de registro) que se utilizarán en siguientes fases.
- Elegir las reglas de enumeración. Se puede optar por contabilizar la presencia (o ausencia), la frecuencia (ponderada o no), la intensidad, la dirección, el orden y/o la contingencia.
- Elegir el sistema de categorías, según el cual se clasificarán las unidades de registro y se enumerarán para obtener los resultados pretendidos.

La unidad de registro es una unidad de significación y esta unidad es la que se tiene que codificar. *Corresponde al segmento de contenido que será necesario considerar como unidad de base con miras a la categorización y al recuento frecuencial* (Bardin, 2002, p. 79).

La categorización de los mensajes es una operación muy importante y los criterios para establecer las categorías del análisis dependerán de la investigación que se lleve a cabo. Se pueden categorizar los datos de diversas maneras, por la semántica, por la expresión, etc.

Se ha realizado un esfuerzo notable para interpretar los datos que se han obtenido de los mensajes que los participantes han ido dejando en la plataforma.



La categorización supone una gran labor para interpretar los datos, buscando un significado en los segmentos de texto y asignándolos a una categoría que represente dicho significado.

Las categorías han sido construidas según mi criterio, estableciéndose por un lado algunas a priori y otras que se han ido determinando de forma inductiva al mismo tiempo que se clasificaban los datos. En algunos casos, ha sido necesario establecer, adaptar, modificar y concretar ciertas categorías según avanzaba el análisis, de modo que su definición, según que situaciones, ha ido variando hasta que finalizó el estudio.

En cualquiera de los casos, un buen sistema de categorías tiene que cumplir, según Bardin (2002), una serie de condiciones que se enumeran a continuación:

1. Exclusión mutua. Cada elemento sólo puede estar clasificado en una categoría.
2. Homogeneidad. La organización de las categorías debe seguir un mismo principio; en caso contrario, es imposible que se cumpla la primera condición.
3. Pertinencia. El sistema debe reflejar las intenciones de búsqueda, según las preguntas de investigación y las características de los datos analizados.
4. Objetividad y fidelidad. La organización del sistema debe dejar claras las condiciones que determinan la clasificación de un elemento en cada categoría. Con esto se consigue que, si varios investigadores realizan el análisis de los mismos datos, con el mismo sistema de categorías, obtendrán los mismos resultados.
5. Productividad. Un sistema de categorías es productivo si proporciona datos ricos en índices de inferencias, en hipótesis nuevas y en datos fiables.

## 2.) Análisis de frecuencias.

Se ha realizado un análisis de frecuencias de las distintas categorías que se han creado. El objetivo de este análisis de frecuencias es cuantificar el número de veces que aparecen dichas categorías.

## 3.) Análisis de la participación.

Con este análisis se determina con que regularidad realizan sus aportaciones los participantes a la comunidad, conociendo de esta manera cuales han sido los usuarios más participativos. Con este estudio se obtendrán detalles no sólo de la cantidad de aportaciones de los componentes sino también de la calidad de los comentarios que han

realizado y de qué tipo han sido. También se recogerán datos acerca de los momentos en los que se han efectuado dichos comentarios en el transcurso de la vida de la Comunidad.

Según Garrido (2003), hay varios tipos de participantes en una comunidad dependiendo del número de participaciones que realizan:

1. *Participantes pasivos o lurkers*→ incluso se pueden considerar como no participantes, son aquellos que están inscritos en la comunidad y no han enviado nunca un mensaje.
2. *Participantes activos*→ se pueden distinguir dos tipos:
  - a. *Participantes únicos*. Son los que solo han publicado un comentario en la comunidad.
  - b. *Participantes activos*. Son los que han publicado más de un comentario en la comunidad.
3. *Community Manager*→ en este grupo se incluyen todos los miembros “Community Manager” que hay en la Comunidad UNED. Dentro de cada categoría y en cada subcategoría hay uno o más miembros de la plataforma de la UNED que aconsejan a los partícipes cómo pueden difundir sus participaciones, agradecen sus comentarios, etc. Son componentes que Garrido denomina participantes con vinculación especial.

Si bien es importante saber cuántas aportaciones han realizado cada uno de los integrantes, también lo es conocer la calidad que tienen dichas aportaciones.

Con este fin se ha realizado un análisis de contenido cuya práctica y desarrollo se explicarán a continuación.

#### 4.) Análisis estadístico de las relaciones e interacciones creadas

Con el análisis de la información obtenida de los mensajes, se ha logrado conocer gracias a la relación que se formaba entre los participantes y al contenido de los comentarios quién era profesor y quién no profesor, y se especifica “no profesor”, porque puede ser un alumno u otro perfil de la UNED. Si bien es cierto que sí se ha logrado saber aproximadamente el número de alumnos que han participado en la plataforma.

La estrategia de la que nos hemos valido para obtener información acerca de si los comentarios pertenecían a un alumno o a un profesor ha consistido en leer todos y cada uno de los contenidos de los mensajes y buscar la palabra “alumno” en la batería de

mensajes descargados, de esta manera se encontraban frases como “yo como alumno...”, lo que nos daba la certeza de qué perfil estaba realizando la aportación y nos aclaraba el porcentaje de dichos perfiles.

También se han analizado las distintas concatenaciones en comentarios que se repiten entre los distintos participantes.

Una vez realizado dicho análisis de los mensajes atendiendo al perfil, descubrimos que el 95% de las propuestas documentadas pertenecen a alumnos y el 5% de los comentarios restantes han sido realizados por profesores. Han participado en esta categoría 225 participantes y han realizado 2296 comentarios a la comunidad.

Dentro del 95% de los comentarios realizados por “alumnos”, un alto porcentaje (aproximadamente el 74% de comentarios) han sido realizados por “alumnos en activo”, es decir, que estaban estudiando en la UNED. Y el resto por antiguos alumnos, ya que en sus comentarios así lo hacían saber.

La importancia que tiene para la investigación el análisis de las relaciones, según nuestra opinión, es que debería haber más aportaciones de los profesores ya que de esta manera se mejoraría la motivación intrínseca de los participantes que es el objetivo fundamental.

## **5.5 Instrumentos**

El instrumento fundamental que se ha utilizado como ayuda en la investigación ha sido: **Microsoft Office 2007**

Microsoft Excel 2007, versión 14.5.7.

En el proyecto de esta investigación se pensó en utilizar Aquad 7 (<http://www.aquad.de/es/>), pero por problemas de incompatibilidad con el Sistema Operativo que tengo instalado en mi ordenador, no se pudo utilizar.

Al no poder utilizar Aquad 7 y como se iban a realizar análisis de frecuencias y representaciones gráficas (por lo que habría que construir tablas con Aquad y exportarlas a Excel) se decidió realizar los análisis de contenido directamente con Excel.

La codificación con Excel no es muy complicada (sobre todo después de haber utilizado Aquad), y el uso de fórmulas avanzadas permite simplificar algunos procesos.

Así, las herramientas de Excel nos han permitido asignar códigos de perfil y los niveles de interacción de forma sencilla y automática, validar datos, depurar errores, reemplazar

códigos y, una vez creadas las tablas para cada análisis de contenido, realizar los análisis de frecuencias y gráficos.

## **6. Análisis de la comunidad de generación de ideas UNED Horizonte 50**

### **6.1. Descripción y funcionamiento de la comunidad**

Toda la información que se expone en los siguientes puntos y que describen en qué consiste esta comunidad objeto de nuestro estudio, ha sido obtenida de la plataforma Horizonte 50 UNED:

#### **6.1.1 Objetivos de la comunidad**

La plataforma colaborativa que la UNED puso en marcha y que llamó Horizonte UNED 50, ofrecía un espacio de intercambio de ideas para que los miembros de su comunidad pudiesen participar en la creación de una universidad mejor de cara a su 50 aniversario.

Los objetivos que tenía la UNED a la hora de crear esta comunidad eran los siguientes:

- Identificar necesidades potenciales y mejoras dentro de la comunidad universitaria.
- Promover una mayor participación de la comunidad universitaria en su gestión, sumando esfuerzos, opiniones, ideas, etc.
- Hacer partícipes a los miembros que conforman la comunidad UNED Horizonte 50 de la construcción de una nueva UNED del futuro.

#### **6.1.2 Sistema de acceso**

Los usuarios que desearon formar parte de la comunidad tenían que contar con un correo válido de la UNED y posteriormente registrarse.

#### **6.1.3 Normas de funcionamiento**

La UNED estableció unas normas de comportamiento basadas en una actitud proactiva y moderada de sus participantes, valorando la utilidad de las aportaciones realizadas por sus miembros. A continuación se exponen una serie de normas recogidas en la información disponible en la plataforma Horizonte 50 UNED:

***“Respeto:** En la comunidad se recomienda respetar tanto al proponer ideas como al comentarlas. Todas las personas tenemos puntos de vista distintos. Puede que estos puntos de vista no coincidan con los tuyos, pero de todos podemos aprender.”*

**“Aprender con los demás:** La comunidad sugiere que cualquier idea, cualquier sugerencia, cualquier comentario puede inspirar a otras personas que lo lean. Esta es la actitud que la comunidad propone, la que hace que las personas aprendan y mejoren.”

**“Colaborar:** Para la UNED, colaborar significa participar activamente. Leer, valorar, comentar y, por supuesto, aportar ideas; todo es colaboración.”

**“Atreverse:** La comunidad anima a los participantes a subir sus ideas, a ser espontáneo, ya que la palabra equivocarse está desterrada para la comunidad.”

**“Escuchar:** Para la UNED, las organizaciones que evolucionan y avanzan son aquellas que son capaces de escuchar. La UNED pone esta herramienta para escuchar a todas las personas que hacen de la universidad una realidad todos los días.”

**“Normas de estilo:** Cualquier idea o comentario que no represente el espíritu de la plataforma será denunciado por cualquier miembro de la comunidad a través del botón Informar Abuso.”

**“Utilizar un lenguaje apropiado y correcto:** La comunidad de la UNED obliga a que en las contribuciones que hagan los participantes, haya informaciones y datos veraces y actualizados, con una argumentación consistente y relacionada con los temas propuestos.”

**“Verificar invitaciones y direcciones de envío a amigos:** Es importante utilizar un correo válido de la UNED al que dirigir los envíos tanto de ideas como de invitaciones a la plataforma. El uso de correos erróneos supondrá el descuento de los puntos asignados por la realización de dicha tarea.”

**“Spam:** Las ideas y comentarios deben aportar valor a la red de ideas. Podrán ser eliminados aquellas ideas y comentarios que el administrador considere que no aportan valor y, por tanto, ser consideradas como SPAM.”

#### **6.1.4 Participantes**

La participación estuvo abierta a todos los integrantes de la comunidad universitaria con correo corporativo: estudiantes, Personal de Administración y Servicios, Personal Docente e Investigador y tutores y personas vinculadas a los Centros Asociados de la universidad. Esto representaba un total de 297000 usuarios potenciales, de los que hubo más de 2000 participantes, dato recogido de la página Web:

[http://portal.uned.es/portal/page?\\_pageid=93,54781045&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://portal.uned.es/portal/page?_pageid=93,54781045&_dad=portal&_schema=PORTAL)

### **6.1.5 Moderadores y personal de gestión en la plataforma**

La comunidad ha tenido la siguiente organización en la plataforma:

- Entre 6 y 10 expertos o coordinadores de categoría.
- 2 Community Managers por categoría.

Los Community Managers tuvieron como funciones hacer pequeñas recomendaciones a los participantes, animar a participar y agradecer las intervenciones.

A los coordinadores o expertos se les asignó como responsables una categoría, y cada uno era el encargado de evaluar las ideas de su categoría.

### **6.1.6 Organización de la participación**

#### **6.1.6.1 Categorías y subcategorías creadas por los organizadores para facilitar la clasificación de las aportaciones**

La comunidad objeto de estudio creó las siguientes categorías y subcategorías con la finalidad de facilitar la clasificación de las aportaciones.

##### Categoría “Metodología”

En esta categoría se pretendía canalizar ideas para:

*“Crear un modelo docente innovador que garantice una enseñanza de calidad para todos, haciendo uso de los nuevos métodos de enseñanza, así como de las tecnologías tanto en el desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje, como en los sistemas de evaluación”.*

Las subcategorías que abarca esta categoría son las siguientes:

“Contenidos”

“Cooperación”

“Actividades”

“Evaluación”

“Motivación y personalización”

“Prospectiva y Calidad”

“Soportes Tecnológicos”

##### Categoría “Centros Asociados”

La finalidad de esta categoría fue promover ideas sobre los Centros Asociados que tal y como se indicaba en la Comunidad:

*-“... son uno de los elementos de distinción de nuestro sistema de enseñanza y proporcionan apoyo docente a los estudiantes, tanto durante el periodo de formación como durante la realización de las pruebas presenciales. Sin embargo no podemos olvidar el importante papel dinamizador que suponen las actividades desarrolladas por los Centros en su entorno más próximo como foco cultural de organización de actividades, así como el apoyo y visualización que suponen para la UNED los Centros en el extranjero”.*

Las subcategorías que abarca esta categoría son las siguientes:

“Organización académica y tutorías”

“Gobernanza y PAS”

“Implicación de estudiantes”

### Categoría “Oferta Educativa”

Con esta categoría lo que se pretendía era:

*“Configurar un mapa de oferta académica tanto para los estudiantes de enseñanzas regladas como para los que buscan una formación específica para una mejor incorporación al mercado laboral o simplemente una formación que les permita una realización personal”*

Las subcategorías que abarcó esta categoría son las siguientes:

“Empleabilidad”

“Elección Itinerario”

“Máster”

“Centros de Formación Permanente”

“Calidad de Formación Permanente”

“Para el conocimiento”

### Categoría “Gobernanza”

Con esta categoría se buscaban ideas para mejorar:

*“La Administración electrónica, transparencia, sostenibilidad económica y desburocratización de los procedimientos”*

Tenía las siguientes subcategorías:

“Administración electrónica”

“Transparencia y participación”

“Sostenibilidad económica”

“Entorno”

#### Categoría “Investigación y Transferencia”

Con esta categoría la universidad pretendía:

*“Ayudar a la producción de una investigación que permita situar a la UNED como referencia mundial y aportar a la sociedad los resultados de dicha investigación”*

Cuenta con las siguientes subcategorías:

“Investigación”

“Europa 2020”

“Transferencia”

“Impulso a la investigación”

#### Categoría “Internacionalización”

Con esta categoría la comunidad aspiraba a:

*“Potenciar la presencia de la universidad en los países emergentes para el desarrollo y progreso de los mismos”*

Se subdivide a su vez en estas subcategorías:

“Internacionalización”

“Fomentar Intercambios”

“Doctorandos”

“Nanogradados Compartidos UE”

“Consulting Educativo”

### **6.1.7 Mecanismos de gamificación creados para incentivar la participación**

Para promover la participación de la comunidad, la UNED incorporó algunas herramientas de gamificación, las cuáles se van a explicar a continuación:

#### ***1.- Obtener puntos por realizar diversas actividades dentro de la plataforma***

Algunas actividades realizadas en la plataforma repercuten en puntos en los usuarios que las materializan, seguidamente se explicarán las más importantes:

- *Compartir una idea*: Los usuarios de la comunidad tienen la oportunidad de compartir sus ideas en las redes sociales.



- *Que un invitado se registre:* registrarse es entrar a formar parte de la comunidad Horizonte UNED 50.
- *Que un invitado agregue una idea:* aportar una idea sobre la que los demás participantes tienen la opción de construir, debatir, opinar, etc.
- *Incorporar un comentario a una idea:* es la actividad correspondiente a que un participante de la comunidad comente una idea aportada por otro participante.
- *Insertar una imagen en tu idea:* la comunidad valora el que los participantes inserten imágenes en las ideas, ya que la imagen es una herramienta muy importante en la comunicación.
- *Co-editar una idea:* de esta manera varios usuarios de la plataforma pueden editar una obra colaborando entre sí, en una actividad de co-creación, en la que ambos usuarios salen fortalecidos de la unión.
- *Construir sobre una idea:* este procedimiento es distinto a co-editar. Cuando un usuario construye sobre una idea lo que está haciendo es realizar comentarios sobre una idea que ya aportó otro participante, no está creando una idea original junto a otro participante, esto último sería co-editar.
- *Recibir un voto en tu idea:* cuando una idea que ha aportado un participante recibe un voto éste obtiene una puntuación.
- *Insertar un vídeo en tu idea:* de la misma manera que la comunidad valora el que los participantes inserten imágenes en las ideas, también lo hace con los vídeos, ya que tiene las siguientes ventajas:
  1. Ayuda a que esa idea sea más visualizada por los usuarios de la plataforma.
  2. Ayuda a generar fidelidad en las ideas generadas entre sus usuarios.
  3. Es un recurso sencillo y económico que mejora el impacto de una idea.
- *Enviar una idea a un amigo:* la plataforma de la UNED da la oportunidad a sus usuarios de enviar una idea a un amigo. Con esta actividad la plataforma se publicita, ya que de esta manera llega a más personas todo lo que se está haciendo en la UNED.
- *Votar una idea:* Cuando un usuario vota una idea de otro usuario, también recibe puntos.
- *Visita diaria a la plataforma:* cuando un usuario entra en la plataforma de la UNED, esto queda registrado y puntuado. Se valora de esta forma la regularidad con la que los usuarios de la comunidad participan en ella.

En la siguiente tabla ordenada de mayor a menor se muestran los puntos que se podían obtener por realizar las actividades dentro de la comunidad comentadas anteriormente. Esta tabla es una información facilitada por la plataforma UNED Horizonte 50. Cada actividad genera puntuación: compartir ideas, votar, comentar y esta puntuación ayuda a destacar y valorar la actividad de los usuarios en la plataforma.

Actividad	Puntuación
Compartir una idea	200
Que un invitado se registre	150
Que un invitado ponga una idea	100
Registrarse	100
Poner un comentario en una idea	50
Insertar una imagen en tu idea	50
Co-editar una idea	50
Construir sobre una idea	30
Recibir un voto en tu idea	20
Insertar un vídeo en tu idea	20
Enviar una idea a un amigo	20
Votar una idea	10
Visita diaria a la plataforma	10

Tabla 2: Puntuación asignada a cada actividad

**2.- Hay tres premios para los participantes que tengan las mejores ideas o muchos puntos.**

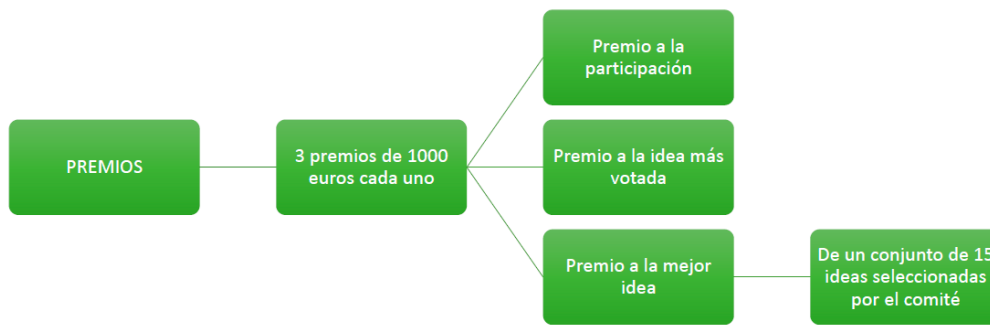


Ilustración 4: Premios

Los premios son los siguientes:

- Premio a la participación.
- Premio a la mejor idea.
- Premio a la idea más votada

Aparentemente hay dos galardones que podrían ser parecidos. Por un lado estaría el premio a la mejor idea, este premio lo otorga la organización de la plataforma, y con él, se valora la mejor idea. Y por otro lado, hay un premio a la idea más votada, que es la que los usuarios de la comunidad han votado más por considerarla mejor.

En este caso, la mejor idea y la más votada no han coincidido. El mecanismo que tenía la organización para seleccionar las ideas es el siguiente: (Este diagrama se ha obtenido como información de la Comunidad Horizonte UNED 50).

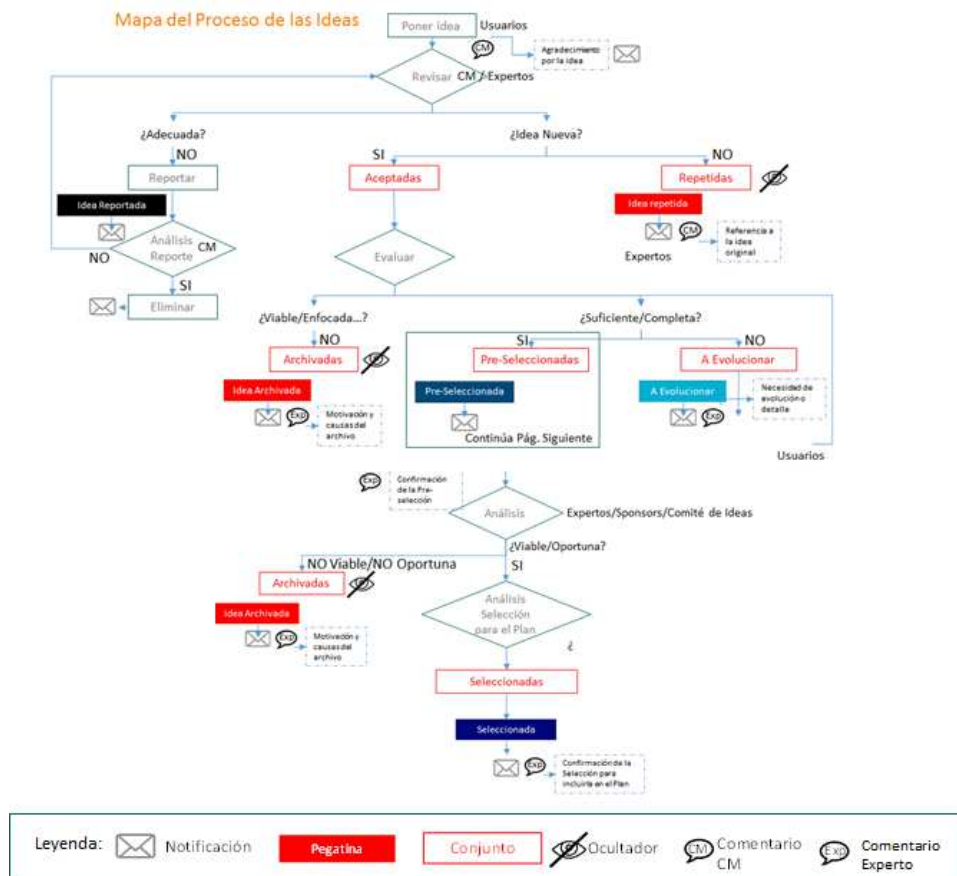


Ilustración 5: Recorrido de las ideas

Como se explicaba con anterioridad, para ganar el premio a la idea más votada, el participante tenía que tener única y exclusivamente la idea con mayor número de votos, y no se anticipó otro mecanismo distinto para el proceso de la obtención del premio. Esto permitió que hubiera participantes que no actuaran de manera adecuada en la comunidad y que publicitaran sus ideas para que los demás miembros la votaran. Este procedimiento resultó algo inadecuado que debería haberse evitado con otros mecanismos que no se previnieron.

Antes de continuar, convendría recordar brevemente algunos de los efectos perniciosos que pueden propiciar los incentivos a los participantes.

- Cuando se ofrecen puntos y premios, puede que haya gente interesada en participar, pero que en un momento dado no pueda por el motivo que sea. Es muy difícil programar la participación de los miembros de la comunidad para que participen de forma regular.

- Puede darse el caso, como ha sido en esta comunidad, que haya participantes haciendo trampas, o al menos miembros de la comunidad que lo intenten, sobre todo si el premio es económico.

### **6.1.8 Infraestructura tecnológica**

La comunidad Horizonte UNED 50 ha tenido como soporte la plataforma ideas4all.

Ideas4all es una comunidad creativa online implantada con el fin de que las personas que tienen ideas las compartan, del mismo modo pueden registrarse en esta comunidad las personas que buscan ideas.

En esta plataforma los participantes si lo desean pueden tener un espacio personal donde compartir, guardar y organizar sus pensamientos.

Ideas4all está diseñada por “ideas4all Innovation”, empresa cuya finalidad es gestionar la innovación y facilitar la transformación de empresas, universidades, etc.

Ideas4all tiene los siguientes clientes:

*Santander, Nestlé, Sabadell, Universidad Carlos III de Madrid, Zurich, Capgemini, Repsol, Ayuntamiento de Santander, KPMG, Pascual, HAYA, EY, Mutua Madrileña, UNED, Universidad de Alcalá, BancaMarch, Alain Afflelou, altran, PRISA, Grupo Cortefiel, Santa Lucía Seguros, Heineken, Vodafone, IBM, Fundación Telefónica, CEPSA y Purina.*

En todas las estrategias e ideas de negocio en las que ha intervenido Ideas4all junto con las empresas anteriores, se han “montado” plataformas que tienen en común los siguientes elementos:

#### **a. Destinatarios**

Los destinatarios son todas las personas que tienen ideas, sencillas o sofisticadas que quieren compartirlas. También es para aquellas personas que desean ver las ideas de los demás e inspirarse.

#### **b. ¿Qué ideas pueden ser compartidas?**

Cualquier tipo de idea, ideas4all está abierto a ideas de todo tipo, siempre que no incumplan las normas de comunidad.

Ideas para servicios, productos, proyectos, dedicadas a marcas, empresas, ideas sobre arte, gadgets, economía, mejoras sociales, etc.

### **c. Se ponen retos a los participantes**

Es la forma de exponer un problema o duda que se quiere solucionar, al compartirlo el resto de la comunidad puede aportar sus ideas para ayudar a resolverlo.

### **d. Las ideas se exponen en salas**

Las salas son espacios dedicados a un tema concreto donde todas las ideas y retos que se comparten en ellas sólo son visibles para los miembros de cada sala. Por lo tanto, las ideas de la sala en la que no se participa no podrán ser vistas y cada usuario tendrá acceso a las ideas de su sala.

### **e. Utiliza el sistema Brain-fu**

El sistema que utiliza es el denominado Brain-fu o Brain-function que es la expresión de la contribución de un participante al “Global Brain” o a la inteligencia global.

Es un indicador de puntuación que puede incrementarse o decrementarse dependiendo de cómo sea la participación de un miembro de la comunidad ideas4all. Dicho de otra manera, son los puntos que se obtienen por participar en ideas4all. Una buena forma de ver qué usuario es más activo, más creativo o tiene las mejores ideas.

Cuantas más ideas compartas, mayor será el Brain-fu.

Cuantos más retos expongas, mayor será el Brain-fu.

Cuantos más comentarios se hagan, cuanto más voten y también cuantos más amigos invite el participante y se registren de su parte... mayor será su Brain-fu.

La siguiente tabla muestra un ejemplo del sistema utilizado:

<b>Acción</b>	<b>Puntuación</b>
Regístrarse	100
Nueva idea	200
Adjunta un video	15
Adjunta otro archivo	10
Añade un co-editor	5
Invitado registrado	150
Nueva idea de invitado	100
Un nuevo reto	30
Enviar una idea a un amigo	100
Asocia una idea a un problema	20
Asocia una idea a mi problema	5
Nuevo comentario	25
Nuevo voto	15
Recibir un voto positivo	20
Denunciar un contenido inapropiado	5

Tabla 3: Acción y puntuación del sistemaBrain Fu

Gracias a esta plataforma, los usuarios pueden mandar mensajes, asignar puntuación a los usuarios, etc.

Ideas4all se ha unido a GNOSS para que las ideas que se generan en las plataformas de ideas4all puedan ser tratadas de manera semántica con servicios más activos y llamativos para los usuarios.

GNOSS es una empresa que integra, consolida y explota el conocimiento de cualquier organización mediante la configuración de lo que se llama “Grafo de Conocimiento”. El “Grafo de conocimiento” es un sistema que Google ha programado y que consiste en dar más contexto a los resultados, es decir, dar más información relacionada con el término que se está buscando. Para ello, transforma sus datos y sus contenidos en datos representados semánticamente. Esta representación semántica permite que las máquinas o los sistemas sean capaces de trabajar la gestión del conocimiento, el pensamiento colectivo y el aprendizaje informal.

## **6.2 Análisis de la participación y del proceso de generación de ideas sobre la categoría de Metodología**

En este apartado se explicará el procedimiento que se ha seguido para realizar el análisis de la Comunidad Horizonte 50 UNED.

### **6.2.1 Acotación del campo de análisis**

El objeto de esta investigación es analizar cómo se desarrolló la comunidad de generación de ideas creada por la UNED. El trabajo se ha centrado en el análisis y el estudio del grado de implicación de los participantes en la comunidad de generación de ideas que desarrolló la UNED, así como, de la relevancia que ha tenido la gamificación con la que se diseñó la plataforma, y si esta ha servido y en qué medida para que mejore el grado de participación de los miembros de la comunidad.

Como se ha expuesto en el apartado 6.1.6.1. la UNED ha dispuesto unas categorías y subcategorías para que el usuario pueda intervenir dependiendo del tema que se desee tratar y sobre el que se pretende aportar ideas. En la siguiente tabla puede apreciarse la distribución de mensajes por categorías.



	Número de ideas propuestas	Porcentaje de ideas sobre el total
Categoría “Metodología”	422	37,4
Subcategoría “Contenidos”	128	11,3
Subcategoría “Cooperación”	49	4,3
Subcategoría “Actividades”	34	3,0
Subcategoría “Evaluación”	80	7,1
Subcategoría “Motivación y personalización”	38	3,4
Subcategoría “Prospectiva y Calidad”	19	1,7
Subcategoría “Soportes Tecnológicos”	74	6,6
Categoría “Centros Asociados”	102	9,0
Subcategoría “Organización académica y tutorías”	41	3,6
Subcategoría “Gobernanza y PAS”	23	2,0
Subcategoría “Implicación de estudiantes”	38	3,4
Categoría “Oferta Educativa”	240	30,1
Subcategoría “Empleabilidad”	76	6,7
Subcategoría “Elección Itinerario”	70	6,2
Subcategoría “Másters”	116	10,3
Subcategoría “Centros de Formación Permanente”	3	0,3
Subcategoría “Calidad de Formación Permanente”	6	0,5
Subcategoría “Para el conocimiento”	69	6,1
Categoría “Gobernanza”	164	14,5
Subcategoría “Administración electrónica”	32	2,8
Subcategoría “Transparencia y participación”	46	4,1
Subcategoría “Sostenibilidad económica”	38	3,4
Subcategoría “Entorno”	48	4,3
Categoría “Investigación y Transferencia”	45	4,0
Subcategoría “Investigación”	18	1,6
Subcategoría “Europa 2020”	4	0,4
Subcategoría “Transferencia”	10	0,9
Subcategoría “Impulso a la investigación”	13	1,2
Categoría “Internalización”	56	5,0
Subcategoría “Internalización”	34	3,0
Subcategoría “Fomentar Intercambios”	11	1,0
Subcategoría “Doctorandos”	4	0,4
Subcategoría “Nanogradados Compartidos UE”	5	0,4
Subcategoría “Consulting Educativo”	2	0,2
<b>Total</b>	<b>1129</b>	<b>100%</b>

Tabla 4: Número de ideas propuestas sobre el total de las categorías y subcategorías

Dado que el número de intervenciones en la plataforma fue de 7592, de las cuales 1129 fueron ideas aportadas y 6463 comentarios sobre las mismas, se decidió restringir el análisis a las intervenciones relacionadas con la Categoría “Metodología”. En esta categoría hicieron contribuciones 225 participantes. El número total de contribuciones fue de 2296, que representa el 37,4% de las aportaciones totales.

Las aportaciones sobre Metodología se organizaron, a su vez, en las siguientes subcategorías:

- “Contenidos”
- “Cooperación”
- “Actividades”
- “Evaluación”
- “Motivación y personalización”
- “Prospectiva y Calidad”
- “Soportes Tecnológicos”

Se eligió analizar esta categoría porque daba la posibilidad de estudiar las propuestas que hicieron los participantes para mejorar un aspecto muy importante como es el modelo de enseñanza y aprendizaje.

También hay que destacar que ésta es la categoría que más relación guarda con el contenido del Máster en el que se inscribe este TFM. Por lo que, como estudiante que está finalizando dicho Máster, me parece de gran valor, el análisis y la información obtenida a raíz de la valoración de manera crítica de las propuestas presentadas.

Con la inclusión de la categoría Metodología, la UNED pretendía conseguir ideas para avanzar hacia un modelo docente innovador que garantizase una enseñanza de calidad para todos, haciendo uso de los nuevos métodos de enseñanza. Sobre esta cuestión los participantes realizaron bastantes aportaciones (si lo comparamos con otras categorías), lo que hace suponer que se han sentido involucrados para buscar soluciones a lo que la UNED pretende mejorar.

Una vez elegida la categoría se procedió a descargar todos los mensajes de la misma. La información descargada se almacenó en una hoja de datos de Excel con la siguiente información:

De los campos número 1 al campo número 7, representan la información que se ha descargado de la comunidad y que a continuación se pasará a analizar:

<i>TRANSCRIPCIÓN DE LA INFORMACIÓN DESCARGADA DE LA COMUNIDAD</i>						
<i>Campo 1</i>	<i>Campo 2</i>	<i>Campo 3</i>	<i>Campo 4</i>	<i>Campo 5</i>	<i>Campo 6</i>	<i>Campo 7</i>
CATEGORÍA HORIZONTE 50 UNED	SUBCATEGORÍA HORIZONTE 50 UNED	Usuario	Fecha	Lugar desde el que se hace el comentario	Transcripción del Título del Comentario	Transcripción del Cuerpo del comentario
Metodología	Contenidos	IDusuario	06/07/2016	Madrid		

Tabla 5: Explicación de los campos 1 al 7 que se han creado para el análisis

### ***Campos 1 y 2***

En estos campos se recogieron los datos relativos a las categorías y sub-categorías establecidas por los organizadores de la Comunidad para que los participantes clasificasen sus aportaciones.

### ***Campo 3***

En el campo número 3 se recogió el nombre de usuario con el que los participantes se habían inscrito en la plataforma. Los usuarios reales han sido sustituidos por códigos aleatorios para respetar el anonimato de los participantes.

### ***Campo 4***

El campo número 4 muestra la fecha en día, mes y año en la que el usuario publicó el comentario.

### ***Campo 5***

El campo número 5 muestra el lugar, la localidad desde el que se hace el comentario.

## **Campo 6**

En el campo número 6 se incluyó la transcripción del título del comentario. Este campo solo se ha rellenado para las propuestas de idea de los participantes, ya que las respuestas a estas propuestas no llevaban título.

## **Campo 7**

En el campo número 7 se almacenó la transcripción del cuerpo del comentario.

A continuación, se describe brevemente el contenido de las distintas subcategorías establecidas por la UNED para la categoría Metodología. Para cada una de ellas se indica que tipo de información se buscaba recabar de los participantes.

Antes de entrar a describir cada subcategoría, se incluye una tabla con el número de intervenciones de cada una de ellas.

	Número de “ideas propuestas”	Porcentaje de “ideas propuestas” sobre el total de ideas aportadas en la Categoría Metodología	Número de intervenciones que no fueron “propuestas de ideas”, es decir, que fueron “contestaciones a las propuestas de idea”.	Porcentaje de contestaciones sobre el total de contestaciones que hay en la “Categoría Metodología”
Categoría “Metodología”	422	100	874	100
Subcategoría “Contenidos”	128	30,3	21	1,1
Subcategoría “Cooperación”	49	11,6	647	34,5
Subcategoría “Actividades”	34	8,1	225	12,0
Subcategoría “Evaluación”	80	19,0	401	21,4
Subcategoría “Motivación y personalización”	38	9,0	179	9,5
Subcategoría “Prospectiva y Calidad”	19	4,5	105	5,7
Subcategoría “Soportes Tecnológicos”	74	17,5	296	15,8
Total	422		1874	
Total incluidas aportaciones de ideas y contestaciones	2296			

Tabla 6: Distribución por subcategorías de las aportaciones relacionadas con Metodología

### **Subcategoría “Contenidos”**

Con esta subcategoría lo que se pretendía era recoger ideas para mejorar la UNED en cuanto a los contenidos y recursos formativos. También, se intentaba recabar ideas sobre

la mejor forma de hacer recursos y materiales para el alumnado, garantizando un sistema de control de la calidad de los contenidos. El número de comentarios en esta subcategoría fue de 150

### **Subcategoría “Cooperación”**

Con la ayuda de los participantes de la comunidad, la UNED con este apartado se planteaba recoger ideas sobre cómo enriquecer las interacciones personales en los procesos de aprendizaje. También mejorar la comunicación, no solamente dentro del espacio de cada asignatura, máster, y grados, sino también con otras comunidades externas, como pueden ser: empresas, instituciones, etc. El número de comentarios, incluidas ideas, en esta subcategoría ha sido 696.

### **Subcategoría “Actividades”**

Con esta subcategoría la UNED buscaba que los usuarios de la plataforma propusieran actividades formativas más atractivas, que pudieran ser transversales a varios grados, y que sirviesen de complemento o consolidación de competencias del programa de estudio. También se pretendía crear en la plataforma un espacio de discusión con empresas e instituciones sobre cuáles son las competencias más demandadas y cuáles son las actividades que se deberían realizar para entrenarlas y evaluarlas. El número de comentarios incluidas ideas en esta subcategoría ha sido 259.

### **Subcategoría “Evaluación”**

La UNED solicitó a los inscritos de la plataforma que, con sus aportaciones y dentro de esta subcategoría, ayudasen a establecer otras maneras de evaluar, por ejemplo: la evaluación entre pares.

También se quería saber su opinión sobre los exámenes presenciales, y otras actividades complementarias cuyo último fin es la evaluación del alumno. El número de comentarios incluidas ideas en esta subcategoría ha sido 481.

### **Subcategoría “Motivación y personalización”**

La UNED buscaba ideas sobre cómo mejorar la implicación de los alumnos en las actividades formativas que oferta, intentando que la tasa de abandono de los alumnos fuera la más baja posible. Para ello es muy importante la detección del problema para

poder evitarlo. Aquí es donde entra la comunidad Horizonte 50 UNED, se solicitó a los participantes que compartiesen sus experiencias, explicando lo que les motivaba y lo que no, y cómo pensaban que se podrá mejorar la calidad del proceso enseñanza-aprendizaje, para que aumentando las opciones que tiene el alumno para elegir entre más asignaturas, incrementando las opciones en la selección de los contenidos que quiere aprender, individualizando el proceso de enseñanza aprendizaje, el alumno tenga un mayor “enganche” y sienta una mayor vinculación con la asignatura y no la abandone. El número de comentarios, incluidas las ideas, en esta subcategoría han sido 217.

### **Subcategoría “Prospectiva y Calidad”**

Gracias a los comentarios y aportaciones que van a hacer los participantes de la comunidad en esta subcategoría, la UNED quería analizar los procesos que permiten a los alumnos escoger las experiencias formativas y garantizar la calidad de éstas. Se quería conocer cuáles son las causas técnicas, económicas y sociales que hacen que los alumnos demanden un tipo de formación concreto, y en cómo miden los alumnos la calidad de la formación recibida. El número de comentarios, incluidas ideas, en esta subcategoría ha sido 124.

### **Subcategoría “Soportes Tecnológicos”**

En esta subcategoría, la UNED buscaba que los participantes de la comunidad Horizonte 50 de la UNED propusieran aplicaciones que se pudiesen usar y conectar unas con otras, y que sirvan para mejorar el proceso de aprendizaje. También se buscaban aportaciones que sirviesen para establecer nuevas maneras de evaluar, calificar y acreditar las competencias de los alumnos. Así como, disponer de mecanismos tecnológicos para que el alumno se pueda autoevaluar y que se puedan comprobar los progresos que hacen estos alumnos en una materia. El número de comentarios, incluidas ideas, en esta subcategoría ha sido 370.

## **6.2.2 Categorización del tipo de aportaciones**

Una vez descargada la información se procedió a categorizar los diferentes tipos de intervenciones llevadas a cabo por los participantes.

De esta manera se muestra a continuación la tabla con las categorías establecidas en esta investigación para clasificar el tipo de aportaciones realizadas por los usuarios de esta comunidad de generación de ideas.

<b>CATEGORIZACIÓN LLEVADA A CABO PARA ANALIZAR LA INFORMACIÓN DESCARGADA DESDE LA COMUNIDAD</b>				
<b>Campo 8</b>	<b>Campo 9</b>	<b>Campo 10</b>	<b>Campo 11</b> Aportación/Dudas o Preguntas/Cortesía	<b>Campo 12</b> (Participante- Participante) (Coordinador- Participante) (Participante- Coordinador)
Tipo de intervención Propuesta/Contestación	Categoría	Código de la categoría	Categorización del contenido de la propuesta	Tipo de interacción
P	Aportación concretada con material	Am	A	A-A

Tabla 7: categorización llevada a cabo. Campos 8 al 12

### **Campo 8. Tipo de intervención**

Respecto al tipo de intervención los mensajes transcritos han sido distribuidos en dos grandes categorías

Un tipo de mensajes llamados “**Propuestas**” que se ha codificado con la letra (P)

- Cuando un participante genera una idea/propuesta.

Un tipo de mensajes llamados “**Contestaciones**” codificados con la letra (C)

- Son todos los comentarios o contestaciones a una idea aportada.

**Campo 9. Categoría en la que se clasifican los contenidos de las participaciones que han realizado los usuarios de la plataforma**

El campo 9 recoge subcategorías para las dos categorías mencionadas en el campo 8.

TIPOS DE PROPUESTAS

TIPOS DE CONTESTACIONES

<i>Propuesta: Opiniones, juicios o valoraciones</i>	<i>Opinión sin aporte</i>
<i>Aportación sin concretar</i>	<i>Opinión con aporte</i>
<i>Aportación concretada sin desarrollar</i>	<i>Sugerencia sobre comentario</i>
<i>Aportación concretada con desarrollo</i>	<i>Solicitud de aclaraciones</i>
<i>Aportación concretada documentada con material</i>	<i>Aclaración</i>
	<i>Contestación en respuesta a aclaración</i>
	<i>Queja</i>
	<i>Queja falta comentarios constructivos</i>
	<i>Solicitud de construcción sobre idea</i>
	<i>Contestación a Solicitud de construcción sobre idea</i>
	<i>Indicación de repetición de idea</i>
	<i>Contestación a Indicación de repetición de idea</i>
	<i>Indicación ya se hace</i>
	<i>Contestación a Indicación de ya se hace</i>
	<i>Autopromoción</i>
	<i>Agradecimiento</i>
	<i>Halago</i>

Tabla 8: Campo 9



### ***Campo 10. Código o abreviatura de la categoría en la que se clasifican las participaciones que han realizado los usuarios de la plataforma***

En el campo 10 se ha incluido un código abreviado que hace referencia a las categorías que se han creado, es decir, a las categorías citadas en el campo anterior.

### ***Campo 11. Categoría de contenido de la aportación***

Se ha creado un tipo de clasificación más global referido al contenido de los mensajes. De esta forma se pueden agrupar en tres grandes conjuntos las categorías del campo 9. Se han definido tres categorías globales para los contenidos:

- **Aporte (A)** Son interacciones en las que se aporta algo al debate, se realizan comentarios, opiniones, ejemplos, etc.
  - **Dudas o Preguntas (D)** Interacciones en las que se solicitan aclaraciones de dudas o respuestas anteriores, ayuda de algún tipo.
  - **Cortesía o indicaciones (C)** Son las interacciones de agradecimiento o expresiones de cortesía o indicaciones que hacen algunos participantes a otros.
- Más adelante se explicará qué categorías son aporte, demandas o neutras.

### ***Campo 12***

Este campo muestra el tipo de usuario que ha realizado un comentario y, cuando se trata de una respuesta, el tipo de usuario que ha respondido al comentario emitido. Los participantes han sido divididos en las siguientes categorías:

- Participante
- Community manager

Las relaciones entre los tipos de usuario son las siguientes:

- *(participante-participante)*
- *(participante-community manager)*
- *(community manager-participante)*

### 6.2.2.a Ejemplos de categorización de aportaciones por tipos

Con el fin de mostrar cómo se ha procedido a categorizar los mensajes por tipo, subtipo y contenido se incluyen a continuación una serie de mensajes con su categorización y una explicación de cómo se han aplicado los criterios de clasificación.

#### **Ejemplo de mensaje:**

*Mi idea sobre este tema se basa en una inquietud personal. Me gustaría que alguna asignatura de Máster o Grado se ofrezca sólo inglés y con ello me refiero:*

*1º Contacto con el profesorado sólo en inglés.*

*2º Que los textos a estudiar, comentar y demás ejercicios sean sólo en inglés.*

*3º Que el examen se desarrolle en inglés.*

*4º La posibilidad de realizar el máster completo en inglés.*

*5º Contenido audiovisual del profesorado en inglés.*

Tipo de mensaje: PROPUESTA

*Subtipo de mensaje:* Aportación concretada sin desarrollar

*Código:* Acs

*Tipo de contenido:* APORTE

#### **Explicación de la categorización:**

Este es el comentario de un participante que contribuye con una idea sobre la categoría y subcategoría del tema que se está tratando en ese apartado de la comunidad. En este caso específico el participante sí que concreta sobre lo que pretende mejorar con su idea, pero no va más allá y no explica cómo sería su desarrollo o puesta en marcha.

---

#### **Ejemplo de mensaje:**

*Como se pretende realizar un control de los contenidos, una forma de hacerlo es premiar al alumnado que encuentre erratas en la bibliografía obligatoria no comunicadas en el curso virtual. Por comunicar diez erratas (faltas de ortografía, frases sin sentido o agramaticales, fallos de puntuación, etc.) se podría obtener un crédito. Haría falta que hubiera un coordinador de la Facultad de Filología que*

*revisara las comunicaciones del alumnado y pudiera contactar con el equipo docente de la asignatura afectada...*

Tipo de mensaje: PROPUESTA

*Subtipo de mensaje:* Aportación concretada con desarrollo

*Código:* Acc

*Tipo de contenido:* APORTE

***Explicación de la categorización:***

Comentario de un participante que contribuye con una idea sobre la categoría y subcategoría del tema que se está tratando en ese apartado de la comunidad. En este caso el participante sí que concreta sobre lo que pretende mejorar con su idea y da un paso más allá explicando cómo sería el desarrollo de la misma, y cómo se podría poner en marcha, aportando bastante valor a la idea.

---

***Ejemplo de mensaje:***

*Contexto*

*La adaptación de las TICs a la enseñanza permite utilizar un gran número de herramientas que permiten al alumno asimilar conceptos y mejorar diferentes habilidades imprescindibles a día de hoy en un profesional de cualquier sector. Las enseñanzas más tradicionales en las que el libro de texto suponía la principal (y a veces única) fuente de información cada vez tienen menos peso en la enseñanza que se imparte tanto en centros especializados (por ejemplo: escuelas de negocio) como en universidades españolas.*

*Propuesta*

*La creación de contenido digital e interactivo mediante la utilización de HTML+JavaScript+CSS permitiría al docente generar material dinámico ajustado a las necesidades de su curso.*

*Inconvenientes y posibles soluciones*

*1. Gran parte del profesorado no posee las habilidades necesarias para generar JavaScript (lenguaje de programación) o CSS (hojas de estilo) de calidad que permitan mejorar la experiencia de aprendizaje.*

*o Solución: La generación de un repositorio (espacio de almacenaje común a todo el profesorado) con diferentes scripts catalogados que permitan a cualquier persona añadir una funcionalidad concreta en su material docente. Ya existen infinidad de páginas con ejemplos de aplicación de códigos concretos por ejemplo para generar test de autoevaluación o test de asociación, sin embargo, sería deseable que, desde la UNED, se promoviera la generación de un repositorio libre y abierto catalogado que supusiese la principal fuente de recursos de este tipo.*

*o Solución temporal: Existen multitud de librerías (herramientas ya disponibles) de uso gratuito y abierto que permiten añadir un gran número de elementos interactivos y con una gran presencia visual. (por ejemplo: jquery, bootstrap, ...)*

*2. La generación de este tipo de contenido mediante un editor de texto plano (como el bloc de notas, notepad++ o sublime) es cuanto menos engorrosa.*

*→La UNED dispone de licencias de programas WYSIWYG (What You See Is What You Get) que facilitan la creación de este tipo de material ofreciendo entornos de trabajo similares a herramientas como Word, OpenOffice, etc.*

*→ También es posible utilizar aplicaciones gratuitas como eXeLearning que permiten generar contenido en HTML y añadir algunos elementos interactivos.*

*Ventajas de la aplicación de la idea. Aunque la principal ventaja consiste en la personalización del aprendizaje y la mejora de la calidad de la enseñanza por el uso de herramientas digitales e interactivas, esta medida permite a su vez generar diferentes empaquetados (productos finales).*

- Se puede presentar este contenido mediante una página web o incluso dentro de la plataforma actual de la UNED.*

- Se puede presentar en formato MooC por ejemplo para la plataforma de UNED abierta.*

- Se puede presentar en formato EPUB3, es decir, se puede visualizar como libro electrónico digital interactivo (el estándar EPUB3 admite XHTML5, JavaScript y CSS).*

*Conclusión*

*Aunque la adopción de esta idea requiere trabajo creo humildemente que mejoraría considerablemente la experiencia de aprendizaje dentro de los cursos impartidos por la UNED. La creación de un espacio de trabajo en la que cualquier profesor de esta universidad pudiese utilizar un elemento interactivo permitiría al profesorado no sólo utilizar aquellos recursos didácticos que considerase más interesantes para su asignatura sino también conocer qué posibilidades ofrecen estas tecnologías.*

Tipo de mensaje: PROPUESTA

*Subtipo de mensaje:* Aportación concretada documentada con material

*Código:* Am

*Tipo de contenido:* APORTE

***Explicación de la categorización:***

Comentario de un participante que contribuye con una idea sobre la categoría y subcategoría del tema que se está tratando en ese apartado de la comunidad. En este caso el participante aporta mucha información y material a la idea que quiere construir en la comunidad. De esta manera contribuye con su idea, concretando lo que sería bueno mejorar, desarrollándolo y exponiendo análisis y estudios de otras personas que corroboran que la idea que quiere que se desarrolle en la UNED es positiva. Es la aportación más constructiva de todas las que se hacen.

---

***Ejemplo de mensaje:***

*La UNED realiza un esfuerzo muy grande en la creación de contenidos de calidad pero todavía tiene recorrido de mejora.*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

*Subtipo de mensaje:* Contestación: Opinión sin aporte

*Código:* Osa

*Tipo de contenido:* CORTESÍA O INDICACIONES

***Explicación de la categorización:***

Respuesta del participante a una idea. En este caso el participante se limita única y exclusivamente a dar una opinión sobre la propuesta que otro compañero ha realizado, pero no intenta mejorarla, ni aporta material ni contenido a la misma.

---

**Ejemplo de mensaje:**

*En vez de módulos de tan bajo nivel (en cuanto a nivel de programación) se podían preparar módulos de más alto nivel que estructuraran la labor pedagógica (introducción, desarrollo, conclusiones, etc.) facilitando la labor de los docentes.*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

Subtipo de mensaje: Contestación: Opinión con aporte

Código: Oca

Tipo de contenido: APORTE

**Explicación de la categorización:**

Respuesta del participante a una idea, intentando mejorarla o ayudando a la persona que ha expuesto su idea contribuyendo de manera activa, con más explicaciones, contenidos, etc.

---

**Ejemplo de mensaje:**

*De hecho, si me permites la apreciación, no sólo se deberían buscar prácticas en los expertos sino en todos los programas que menciona frebollo5.*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

Subtipo de mensaje: Contestación: Sugerencia sobre comentario

Código: Ssc

Tipo de contenido: APORTE

**Explicación de la categorización:**

El participante que está respondiendo a la persona que propuso la idea, sugiere que podría hacer cambios en la propuesta.

---

**Ejemplo de mensaje:**

*El problema es: ¿Dónde lo organizas? Esto supondría que sería todos los alumnos en un mismo sitio como las olimpiadas universitarias.*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

Subtipo de mensaje: Contestación: Solicitud de aclaraciones

*Código: Sa*

*Tipo de contenido: DUDA O PREGUNTA*

***Explicación de la categorización:***

El participante que ha leído el comentario de la persona que ha propuesto la idea, no ha entendido algo del comentario y solicita que le aclare lo que no ha entendido.

---

***Ejemplo de mensaje:***

*La realización de las pruebas sería en los CAs y centros en el extranjero.*

*Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN*

*Subtipo de mensaje: Contestación: Aclaración*

*Código: Acl*

*Tipo de contenido: APORTE*

***Explicación de la categorización:***

La persona que ha propuesto la idea contesta en respuesta a la solicitud de aclaración.

---

***Ejemplo de mensaje:***

*Entiendo ahora la idea ePariente. Saludos.*

*Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN*

*Subtipo de mensaje: Contestación: Respuesta a la aclaración*

*Código: Cacl*

*Tipo de contenido: APORTE*

***Explicación de la categorización:***

La persona que solicitó la aclaración contesta a la respuesta de aclaración de la persona que propone la idea.

---

***Ejemplo de mensaje:***

*El Grado en Historia del Arte lleva implícito una formación complementaria de visita obligada a Museos, Fundaciones, edificios históricos, etc. Resulta inaudito que al alumnado de la UNED (un altísimo porcentaje del mismo se sitúa en una edad por encima de los 35-40 años) se nos discrimine por razón de edad.*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

Subtipo de mensaje: Contestación: Queja

Código: Q

Tipo de contenido: DUDA O PREGUNTA

**Explicación de la categorización:**

El participante de la comunidad expresa un sentimiento de disconformidad y/o exige una reclamación que surge de una idea aportada.

---

**Ejemplo de mensaje:**

*A mí me gustaría que, al menos en mis ideas, no solo se diera un "Me gusta", sino que se ayudara a completarla aportando nuevas ideas en los comentarios, pues creo que la herramienta debiera funcionar así. Si no, los comentarios pueden no tener mucho sentido y así creo que debiera recogerse en nuevas versiones de ON50.*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

Subtipo de mensaje: Contestación: Respuesta a la Queja por falta de comentarios constructivos

Código: Qf

Tipo de contenido: DUDA O PREGUNTA

**Explicación de la categorización:**

La persona que ha aportado la idea se queja de que las personas no están realizando comentarios de calidad sobre la misma. Es decir, que no hay opiniones con contenido sobre la misma.

---

**Ejemplo de mensaje:**

*Pues construye la idea en base a esta, no empieces una nueva ;)*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

Subtipo de mensaje: Contestación: Solicitud de construcción sobre idea

Código: Scsi

Tipo de contenido: DUDA O PREGUNTA



**Explicación de la categorización:**

La persona que ha aportado la idea, solicita a la comunidad que se construya sobre la idea que ha generado.

---

**Ejemplo de mensaje:**

*De acuerdo*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

*Subtipo de mensaje:* Contestación: Respuesta a la Solicitud de construcción sobre idea

*Código:* Ccsi

*Tipo de contenido:* APORTE

**Explicación de la categorización:**

Comentario de la persona que responde a la solicitud de construcción sobre idea.

---

**Ejemplo de mensaje:**

*Estimado Mauro: si observas la entrada sobre Humanidades que realicé días atrás, hice referencia a los MOOC, y en concreto, al Proyecto ECO, por lo que podrías construirla a partir de ahí para evitar duplicar contenido. Un saludo.*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

*Subtipo de mensaje:* Contestación: Indicación de repetición de idea

*Código:* Iri

*Tipo de contenido:* CORTESÍA O INDICACIONES

**Explicación de la categorización:**

Comentario de un participante de la comunidad que al leer una idea que se ha expuesto, le indica que esa idea ya la ha propuesto otra persona antes.

---

**Ejemplo de mensaje:**

*Me atrevo a discrepar. La mención del proyecto ECO no tiene relación directa con el perfil inclusivo que explícitamente estoy proponiendo en este apartado. Una cosa es realizar un proyecto con características novedosas (lo cual aplaudo y comparto) y otra es mencionar el aspecto inclusivo de este.*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

*Subtipo de mensaje:* Contestación: Respuesta a la Indicación de repetición de idea

*Código:* Cri

*Tipo de contenido:* CORTESÍA O INDICACIONES

**Explicación de la categorización:**

La persona que ha propuesto la idea responde al comentario del participante que le ha indicado que esa idea ya la ha propuesto otra persona antes.

---

**Ejemplo de mensaje:**

*En esta línea se están constituyendo en la UNED Grupos de Innovación Docente. Nosotros hemos formado uno con profesores ED, profesores tutores, PAS, alumnos, etc.*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

*Subtipo de mensaje:* Contestación: Indicación ya se está haciendo en la UNED

*Código:* lyh

*Tipo de contenido:* CORTESÍA O INDICACIONES

**Explicación de la categorización:**

Comentario de un participante de la comunidad que al leer una idea que se ha expuesto, le indica a la persona que la ha propuesto, que eso que está proponiendo ya se está haciendo en la UNED.

---

**Ejemplo de mensaje:**

*Hola Emilio. Apenas he propuesto unas cuantas ideas, formuladas de un modo muy vago y desde la perspectiva desinformada (y anacrónica) de un alumno "veterano". Sinceramente, me alegra saber que la Uned está "haciendo los deberes", que no pierde el tren hacia el futuro inmediato y que mis iniciativas son muy ingeniosas pero llegan con un desfase temporal de quince años ;-). Un saludo!*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

*Subtipo de mensaje:* Contestación: Respuesta a la Indicación ya se está haciendo en la UNED

Código: Cyh

Tipo de contenido: CORTESÍA O INDICACIONES

**Explicación de la categorización:**

La persona que ha propuesto la idea responde al comentario del participante que le ha indicado que eso que está proponiendo ya se está realizando en la UNED.

---

**Ejemplo de mensaje:**

*Buena idea para mejorar aún más las asignaturas, tienes mi voto. Puedes ver mi idea en <https://horizonteuned50.uned.es/ideas/881-realidad-aumentada-en-la-uned>. Te agradecería su difusión. Un saludo.*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

Subtipo de mensaje: Contestación: Autopromoción

Código: Auto

Tipo de contenido: CORTESÍA O INDICACIONES

**Explicación de la categorización:**

Comentario que realiza un participante que no ha generado la idea, con la intención de que el resto de la comunidad vea una idea que ha propuesto. De esta manera este miembro de la comunidad está únicamente invitando a los participantes a que lean su idea.

---

**Ejemplo de mensaje:**

*Hola agimenez, gracias por tu voto!*

*Feliz Finde!*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

Subtipo de mensaje: Contestación: Agradecimiento

Código: Agra

Tipo de contenido: CORTESÍA O INDICACIONES

**Explicación de la categorización:**

Comentario de gratitud que corresponde a una idea desarrollada que ha gustado a un participante de la comunidad.

---

**Ejemplo de mensaje:**

*Es una idea magnífica. Ya existen librerías online que hacen eso*

Tipo de mensaje: CONTESTACIÓN

*Subtipo de mensaje:* Contestación: Halago

*Código:* Hal

*Tipo de contenido:* CORTESÍA O INDICACIONES

**Explicación de la categorización:**

Mensaje de muestra de afecto y que sirve para agradecer o deleitar el comentario que ha realizado una persona.

Seguidamente se muestra una ilustración con un diagrama de flujo en el que se puede observar la red de comentarios que pueden surgir a raíz de otros.

## Diagrama de comentarios que se pueden generar de una aportación de idea

Con esta imagen se quiere mostrar mediante un diagrama de flujo, cuáles son los posibles comentarios que pueden surgir a raíz de otros.

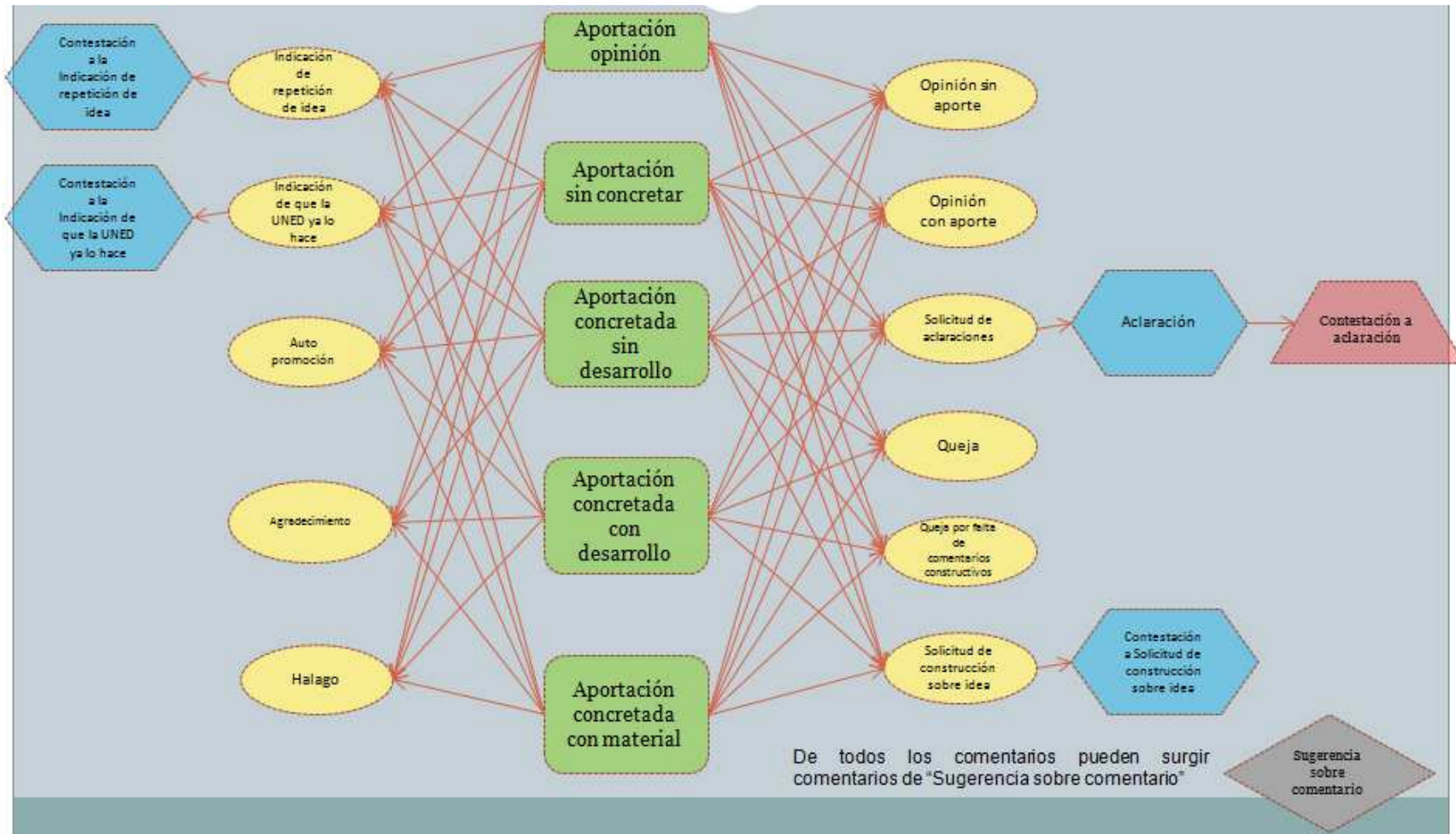


Ilustración 6: Flujo de los comentarios que surgen a raíz de otros

En la anterior ilustración podemos distinguir 5 tipos de formas geométricas:

- Los recuadros con fondo verde muestran las propuestas de ideas y serían el primer nivel de comentarios, ya que a partir de los mismos se generan los demás.
- Los círculos con fondo amarillo muestran respuestas a las propuestas de ideas y, como se puede observar, de cada una de las propuestas de ideas pueden surgir contestaciones de todo tipo. Este tipo de intervenciones han sido denominados como comentarios de segundo nivel.
- Los hexágonos con fondo azul muestran comentarios de tercer nivel, los cuáles surgen a raíz de los comentarios de segundo nivel. Estos son fijos:
  - Contestación a la indicación de repetición de idea, surge a raíz de la indicación de repetición de una idea ya propuesta.
  - Contestación a la indicación de que la UNED ya lo hace, aparece como consecuencia de la indicación de que la UNED ya está haciendo lo que se sugiere como novedad.
  - Aclaración, surge a raíz de una solicitud de aclaración.
  - Contestación a la solicitud de construcción sobre idea, nace a partir de la solicitud de construcción sobre una idea.
- El trapecio con fondo rojo muestra una categoría de mensaje de cuarto nivel:
  - Solicitud de aclaración, surge a raíz de una aclaración.
- Por último, un rombo con fondo gris, esta forma se ha colocado aparte de todas, debido a que después de todas las categorías de los comentarios se puede encontrar una “Sugerencia sobre comentario” y este tipo es el que se significa con el rombo.

### **6.2.3 Análisis de la dinámica de las intervenciones**

#### **a.- Número total de mensajes**

Se han analizado un total de 7840 mensajes repartidos en todas las categorías y subcategorías que había en la comunidad, y los mensajes se han dividido en:

- 1129 ideas.
- 6463 comentarios a ideas.
- 248 comentarios a usuarios.

Estos datos reflejan que el número de comentarios en respuesta a las ideas aportadas por los usuarios es bastante mayor al número de ideas. A razón de seis comentarios de respuesta por idea aportada.

#### **b.- Distribución de las aportaciones de ideas por el origen geográfico de las mismas**

Según las informaciones facilitadas en la web de la UNED en el siguiente enlace:

<http://tic.crue.org/wp-content/uploads/2016/11/PresentacionHorizonteUNED50-Juan-Manuel-Cigarran.pdf>, se llega a la conclusión de que la mayoría de las aportaciones procedían de España, pero también es reseñable que hay bastantes comentarios desde Estados Unidos, lo que demuestra la diversidad de procedencias de las personas que forman parte de la comunidad Horizonte UNED 50. Con los siguientes datos se puede obtener una idea más clara de las procedencias de los integrantes de la comunidad de estudio.

- España:	904
- USA:	133
- Reino Unido:	7
- Chile:	5
- Polonia:	4
- Venezuela:	4
- Alemania:	2
- Grecia:	1
- Méjico:	1

#### **c.- Distribución de aportaciones de ideas de los participantes por áreas temáticas, conforme a la clasificación establecida por los diseñadores de la comunidad**

<b>Categoría de la UNED</b>	<b>Número de ideas</b>	<b>Porcentaje</b>
Metodología→	422	37,7%
Centros Asociados→	102	9%

Oferta Educativa→	340	30,1%
Gobernanza→	164	14,2%
Investigación y Transferencia→	45	4%
Internacionalización→	56	5%
Totales	1129	

Estos resultados reflejan que la mayor parte de las ideas que se han aportado han tenido como destinataria la categoría de Metodología. Por este motivo dicha categoría ha sido la elegida para centrar el análisis de los comentarios, análisis que se continúa a partir del siguiente apartado.

#### **d.- Estudio de las intervenciones y las interacciones conforme a las categorías creadas para esta investigación**

##### 1. Número de comentarios de los participantes y su clasificación por tipo de aportación.

Categoría del mensaje	Número de comentarios	Número de comentarios totales	% del total de comentarios
Propuestas de ideas	422	2296	18,3
Contestaciones	1874	2296	81,7

Tabla 9: Comentarios por participantes y tipo de aportación

En este apartado se muestra la relación de aportaciones, contestaciones y respuestas a las ideas. Una vez examinadas las mismas se puede concluir que ha habido de media entre cuatro y cinco respuestas a cada comentario en la categoría seleccionada.

##### 2. Número de comentarios de los participantes y su clasificación por subtipo de aportación.

A continuación se muestra un cuadro en el que se relacionan los tipos y subtipos de aportaciones con el número de comentarios de cada uno.

		Nº de comentarios de	Porcentaje de cada tipo



Tipo de aportación	Subtipo de aportación	la categoría Metodología: incluidas propuestas de ideas y respuestas	de comentarios con respecto al total de comentarios
PROPUESTA	Aportación concretada con desarrollo	79	3,44%
PROPUESTA	Aportación concretada documentada con material	63	2,74%
PROPUESTA	Aportación concretada sin desarrollo	95	4,14%
PROPUESTA	Aportación sin concretar	77	3,35%
PROPUESTA	Propuesta: Opiniones, juicios o valoraciones	81	3,53%
CONTESTACIÓN	Aclaración	74	3,22%
CONTESTACIÓN	Agradecimiento	96	4,18%
CONTESTACIÓN	Anuncio	5	0,22%
CONTESTACIÓN	Autopromoción	135	5,88%
CONTESTACIÓN	Contestación a aclaración	12	0,52%

CONTESTACIÓN	Contestación a indicación de repetición de idea	14	0,61%
CONTESTACIÓN	Contestación a indicación de ya se hace	7	0,30%
CONTESTACIÓN	Contestación a la solicitud de construcción sobre idea	10	0,44%
CONTESTACIÓN	Halago	15	0,65%
CONTESTACIÓN	Indicación de que ya se hace	27	1,18%
CONTESTACIÓN	Indicación de repetición de idea	51	2,22%
CONTESTACIÓN	Opinión con aporte	323	14,07%
CONTESTACIÓN	Opinión sin aporte	993	43,25%
CONTESTACIÓN	Queja	3	0,13%
CONTESTACIÓN	Queja de falta de comentarios constructivos	1	0,04%
CONTESTACIÓN	Solicitud de aclaraciones	91	3,96%
CONTESTACIÓN	Solicitud de construcción sobre idea	22	0,96%
CONTESTACIÓN	Sugerencia sobre	22	0,96%

	comentario		
		2296	100%

Tabla 10: Número de comentarios de los participantes y su clasificación por subtipo de aportación.

Una vez analizados estos resultados se puede observar que la mayoría de los comentarios son opiniones sin aporte. Sobre este punto se ahondará en el siguiente apartado más detenidamente.

### 3. Número de comentarios de los participantes y su clasificación por contenido (Aportes, Dudas o preguntas y Cortesía o indicaciones)

Categoría del mensaje	Número de comentarios	Número de comentarios totales	% del total de comentarios
Cortesía o indicaciones	1342	2296	58,44
Aportaciones	840	2296	36,58
Dudas o preguntas	115	2296	5,00

Tabla 11: Número de comentarios por: Cortesía o indicaciones, aportaciones o dudas y preguntas.

Como se puede observar en la tabla, la mayoría de los comentarios son de cortesía o indicaciones. En el siguiente apartado se profundizará en el significado de estos datos.

### 4. Número de comentarios según el perfil que emite el mensaje y perfil de usuario que lo recibe.

Categoría del mensaje	Número de comentarios	Número de comentarios totales	% del total de comentarios
Participante- Participante	2192	2296	95,47
Community Manager - Participante	100	2296	4,39

Participante- Community Manager	4	2296	0,17
---------------------------------------	---	------	------

Tabla 12: Número de comentarios según el perfil que emite el mensaje y perfil de usuario que lo recibe.

Esta tabla muestra como las interacciones predominantes han sido entre participantes. Las interacciones Community Manager a participante solo representaron el 4,39% y, finalmente, solo hubo comentarios de participantes hacia los Community Manager.

5. Número de comentarios realizados por los participantes que habían propuesto ideas respondiendo a lo que otros compañeros han comentado sobre su idea.

Estos datos son útiles para analizar el seguimiento que ha hecho un participante de los comentarios a sus ideas.

Número de comentarios	Número de comentarios totales	% del total de comentarios
326	2296	14,19

Tabla 13: Comentarios realizados por el que propone la idea sobre su idea

6. Número de comentarios de participantes que no han propuesto ideas, en respuesta a ideas propuestas por otros participantes.

Número de comentarios	Número de comentarios totales	% del total de comentarios
123	2296	5,35

Tabla 14: Comentarios realizados por un participante que no ha propuesto una idea sobre otras ideas en diálogo

Con este dato se quiere analizar la participación de los usuarios que no propusieron ideas comentando las ideas propuestas por otros.

7. Número de comentarios consecutivos realizados por participantes que no han propuesto ideas sin que hubiera comentarios de otros compañeros de comunidad.

Número de comentarios	Número de comentarios totales	% del total de comentarios
76	2296	3,31

Tabla 15: Número de comentarios consecutivos que ha realizado un compañero sobre una idea

Con este dato se analiza si hubo participantes que realizaron comentarios seguidos solo con el objetivo de obtener puntos y así intentar ganar un premio económico. Se entiende que cuando un participante hace comentarios seguidos sin que medien intervenciones de otros participantes, lo que está haciendo es incrementar su número de mensajes y que la posible motivación pudiera ser acumular puntos de participación.

Ha habido tres participantes que han acumulado la mayoría de los comentarios de este tipo, de estas 76 participaciones, 72 no añadían nada a lo dicho, luego se confirma que la única intención era la de ganar puntos con el sistema de gamificación gracias a la participación.

**Análisis de la distribución temporal de las participaciones en la comunidad.**

En la categoría Metodología participaron 225 personas, que pudieron enviar mensajes durante algo más de tres meses. Este tiempo se ha dividido en fracciones de once días.

A continuación, se llamará a cada periodo de once días ronda de mensajes.

Se va a incluir una tabla con el número de mensajes por participantes distribuidos temporalmente por “rondas” de mensajes.

Tomando como referencia el primer comentario que hacen por rondas

Para respetar el anonimato de los participantes, se les identificará como “participante 1”, “participante 2”, “participante 3”, etc.

Una ronda son 11 días

Comentarios realizados el primer día de la ronda pertinente (día 1)		Comentarios realizados los tres días siguientes en la ronda pertinente (del día 2 al 4)		Comentarios realizados los siete días siguientes en la ronda pertinente (del día 5 al día 11)	
Participante de la categoría “Metodología”	Cantidad	Participante de la categoría “Metodología”	Cantidad	Participante de la categoría “Metodología”	Cantidad
P1	2	P1	0	P1	0
P2	3	P2	0	P2	0
P3	4	P3	0	P3	3
P4	1	P4	0	P4	0
P5	1	P5	0	P5	0
P6	1	P6	0	P6	0
P7	2	P7	0	P7	0
P8_1ªronda (día 1)	2	Participante_8_1ªronda (día 2 - 4)	55	Participante_8_1ªronda (día 5 - 11)	78
P8_2ªronda (día 12)	0	Participante_8_2ªronda (día 13 - 15)	10	Participante_8_2ªronda (día 16 - 22)	9
P8_3ªronda (día 23)	2	Participante_8_3ªronda (día 24 -26)	11	Participante_8_3ªronda (día 27 - 33)	48
P8_4ªronda (día 34)	1	Participante_8_4ªronda (día 35 -37)	3	Participante_8_4ªronda (día 38 - 44)	29
P9	2	P9	1	P9	0
P10	2	P10	0	P10	0

P11_1ªronda	2	P11_1ªronda	0	P11_1ªronda	0
P11_2ªronda	1	P11_2ªronda	0	P11_2ªronda	1
P11_3ªronda	1	P11_3ªronda	0	P11_3ªronda	0
P12_1ªronda	1	P12_1ªronda	0	P12_1ªronda	0
P12_2ªronda	1	P12_2ªronda	2	P12_2ªronda	0
P13	1	P13	0	P13	0
P14_1ªronda	1	P14_1ªronda	44	P14_1ªronda	48
P14_2ªronda	5	P14_2ªronda	17	P14_2ªronda	3
P14_3ªronda	7	P14_3ªronda	7	P14_3ªronda	17
P14_4ªronda	3	P14_4ªronda	0	P14_4ªronda	3
P14_5ªronda	1	P14_5ªronda	0	P14_5ªronda	9
P14_6ªronda	1	P14_6ªronda	12	P14_6ªronda	8
P15	1	P15	0	P15	0
P16	2	P16	0	P16	0
P17	2	P17	0	P17	0
P18	1	P18	0	P18	0
P19	4	P19	0	P19	0
P20_1ªronda	2	P20_1ªronda	0	P20_1ªronda	1
P20_2ªronda	1	P20_2ªronda	1	P20_2ªronda	0
P21_1ªronda	9	P21_1ªronda	2	P21_1ªronda	0
P21_2ªronda	2	P21_2ªronda	0	P21_2ªronda	0
P21_3ªronda	1	P21_3ªronda	2	P21_3ªronda	1
P22	1	P22	0	P22	2
P23	2	P23	1	P23	0
P24_1ªronda	2	P24_1ªronda	6	P24_1ªronda	4
P24_2ªronda	1	P24_2ªronda	3	P24_2ªronda	0

P24_3ªronda	1	P24_3ªronda	3	P24_3ªronda	6
P24_4ªronda	1	P24_4ªronda	2	P24_4ªronda	5
P25_1ªronda	2	P25_1ªronda	6	P25_1ªronda	3
P25_2ªronda	2	P25_2ªronda	2	P25_2ªronda	2
P25_3ªronda	2	P25_3ªronda	3	P25_3ªronda	8
P25_4ªronda	1	P25_4ªronda	3	P25_4ªronda	3
P25_5ªronda	6	P25_5ªronda	1	P25_5ªronda	12
P26	2	P26	0	P26	1
P27	1	P27	0	P27	0
P28	1	P28	6	P28	0
P29	1	P29	0	P29	1
P30	1	P30	0	P30	0
P31	1	P31	0	P31	0
P32	1	P32	0	P32	0
P33	1	P33	0	P33	0
P34	7	P34	39	P34	10
P35	1	P35	0	P35	2
P36	1	P36	0	P36	0
P37	1	P37	0	P37	0
P38	2	P38	3	P38	0
P39	2	P39	0	P39	0
P40	5	P40	0	P40	1
P41	2	P41	0	P41	0
P42	4	P42	2	P42	0
P43	1	P43	0	P43	0
P44	1	P44	0	P44	0



P45	1	P45	0	P45	1
P46	2	P46	0	P46	0
P47	4	P47	0	P47	0
P48	1	P48	0	P48	0
P49	1	P49	0	P49	0
P50	1	P50	10	P50	4
P51	1	P51	0	P51	1
P52	1	P52	0	P52	0
P53_1ªronda	1	P53_1ªronda	1	P53_1ªronda	1
P53_2ªronda	2	P53_2ªronda	0	P53_2ªronda	4
P54	1	P54	0	P54	0
P55	1	P55	3	P55	0
Comunity Manager	10	Comunity Manager	10	Comunity Manager	3
Comunity Manager 2	11	Comunity Manager 2	5	Comunity Manager 2	2
Comunity Manager 3	10	Comunity Manager 3	3	Comunity Manager 3	4
Comunity Manager1	11	Comunity Manager1	2	Comunity Manager1	2
Comunity Manager2	11	Comunity Manager2	3	Comunity Manager2	1
Comunity Manager3	7	Comunity Manager3	2	Comunity Manager3	4
P56	1	P56	2	P56	0
P57	1	P57	0	P57	0
P58	2	P58	0	P58	0
P59	1	P59	0	P59	0
P60	1	P60	0	P60	0
P61	1	P61	0	P61	0
P62	1	P62	4	P62	7
P63	1	P63	1	P63	0

P64	1	P64	0	P64	0
P65	1	P65	0	P65	0
P66	4	P66	11	P66	3
P67	1	P67	0	P67	0
P68	1	P68	0	P68	0
P69	1	P69	0	P69	0
P70	2	P70	0	P70	0
P71	1	P71	0	P71	0
P72	3	P72	1	P72	0
P73	3	P73	0	P73	2
P74	1	P74	1	P74	0
P75	1	P75	0	P75	0
P76_1ªronda	1	P76_1ªronda	20	P76_1ªronda	0
P76_2ªronda	1	P76_2ªronda	0	P76_2ªronda	7
P76_3ªronda	16	P76_3ªronda	1	P76_3ªronda	6
P76_4ªronda	3	P76_4ªronda	4	P76_4ªronda	10
P76_5ªronda	2	P76_5ªronda	2	P76_5ªronda	19
P77	3	P77	0	P77	0
P78	1	P78	0	P78	0
P79_1ªronda	3	P79_1ªronda	0	P79_1ªronda	0
P79_2ªronda	1	P79_2ªronda	0	P79_2ªronda	1
P80	1	P80	0	P80	0
P81_1ªronda	1	P81_1ªronda	1	P81_1ªronda	2
P81_2ªronda	1	P81_2ªronda	1	P81_2ªronda	2
P81_3ªronda	2	P81_3ªronda	3	P81_3ªronda	5
P82	1	P82	0	P82	0

P83	1	P83	0	P83	0
P84	2	P84	0	P84	0
P85_1ªronda	8	P85_1ªronda	3	P85_1ªronda	7
P85_2ªronda	1	P85_2ªronda	4	P85_2ªronda	0
P86_1ªronda	11	P86_1ªronda	0	P86_1ªronda	18
P86_2ªronda	1	P86_2ªronda	5	P86_2ªronda	3
P86_3ªronda	3	P86_3ªronda	11	P86_3ªronda	2
P86_4ªronda	2	P86_4ªronda	2	P86_4ªronda	11
P86_5ªronda	2	P86_5ªronda	0	P86_5ªronda	18
P86_6ªronda	1	P86_6ªronda	4	P86_6ªronda	6
P86_7ªronda	2	P86_7ªronda	0	P86_7ªronda	2
P86_8ªronda	2	P86_8ªronda	6	P86_8ªronda	0
P87	1	P87	0	P87	0
P88_1ªronda	1	P88_1ªronda	40	P88_1ªronda	127
P88_2ªronda	3	P88_2ªronda	8	P88_2ªronda	10
P88_3ªronda	7	P88_3ªronda	16	P88_3ªronda	2
P88_4ªronda	1	P88_4ªronda	1	P88_4ªronda	17
P89_1ªronda	10	P89_1ªronda	35	P89_1ªronda	85
P89_2ªronda	61	P89_2ªronda	19	P89_2ªronda	34
P89_3ªronda	4	P89_3ªronda	2	P89_3ªronda	6
P89_4ªronda	1	P89_4ªronda	0	P89_4ªronda	1
P90	1	P90	0	P90	3
P91_1ªronda	2	P91_1ªronda	1	P91_1ªronda	7
P91_2ªronda	2	P91_2ªronda	1	P91_2ªronda	6
P91_3ªronda	7	P91_3ªronda	1	P91_3ªronda	4
P91_4ªronda	2	P91_4ªronda	0	P91_4ªronda	3

P91_5ªronda	2	P91_5ªronda	0	P91_5ªronda	2
P91_6ªronda	3	P91_6ªronda	3	P91_6ªronda	0
P92	1	P92	0	P92	0
P93	1	P93	0	P93	0
P94	2	P94	0	P94	0
P95	1	P95	0	P95	0
P96	1	P96	0	P96	0
P97	1	P97	0	P97	0
P98_1ªronda	1	P98_1ªronda	0	P98_1ªronda	10
P98_2ªronda	1	P98_2ªronda	0	P98_2ªronda	3
P98_3ªronda	1	P98_3ªronda	0	P98_3ªronda	0
P98_4ªronda	1	P98_4ªronda	0	P98_4ªronda	0
P99_1ªronda	2	P99_1ªronda	2	P99_1ªronda	2
P99_2ªronda	1	P99_2ªronda	0	P99_2ªronda	0
P99_3ªronda	1	P99_3ªronda	3	P99_3ªronda	0
P100	2	P100	0	P100	0
P101	7	P101	1	P101	1
P102	1	P102	14	P102	1
P103	1	P103	0	P103	0
P104_1ªronda	2	P104_1ªronda	0	P104_1ªronda	0
P104_2ªronda	1	P104_2ªronda	0	P104_2ªronda	0
P105	1	P105	0	P105	0
P106_1ªronda	1	P106_1ªronda	1	P106_1ªronda	3
P106_2ªronda	3	P106_2ªronda	5	P106_2ªronda	1
P106_3ªronda	4	P106_3ªronda	0	P106_3ªronda	4
P106_4ªronda	1	P106_4ªronda	5	P106_4ªronda	2

P107_1ªronda	2	P107_1ªronda	7	P107_1ªronda	5
P107_2ªronda	2	P107_2ªronda	0	P107_2ªronda	0
P108	1	P108	0	P108	0
P109	3	P109	1	P109	0
P110	1	P110	0	P110	0
P111	1	P111	1	P111	1
P112	1	P112	0	P112	0
P113	1	P113	0	P113	0
P114	1	P114	0	P114	0
P115_1ªronda	1	P115_1ªronda	0	P115_1ªronda	0
P115_2ªronda	1	P115_2ªronda	0	P115_2ªronda	0
P116_1ªronda	1	P116_1ªronda	0	P116_1ªronda	1
P116_2ªronda	1	P116_2ªronda	0	P116_2ªronda	1
P117_1ªronda	1	P117_1ªronda	1	P117_1ªronda	0
P117_2ªronda	1	P117_2ªronda	0	P117_2ªronda	0
P117_3ªronda	1	P117_3ªronda	0	P117_3ªronda	1
P118	1	P118	0	P118	1
P119	1	P119	0	P119	1
P120	1	P120	0	P120	0
P121_1ªronda	3	P121_1ªronda	1	P121_1ªronda	0
P121_2ªronda	1	P121_2ªronda	0	P121_2ªronda	0
122	1	122	1	122	0
P123	1	P123	0	P123	0
P124_1ªronda	1	P124_1ªronda	4	P124_1ªronda	0
P124_2ªronda	1	P124_2ªronda	0	P124_2ªronda	1
P125	5	P125	0	P125	1

P126	1	P126	0	P126	1
P127_1ªronda	5	P127_1ªronda	4	P127_1ªronda	1
P127_2ªronda	1	P127_2ªronda	0	P127_2ªronda	1
P128_1ªronda	1	P128_1ªronda	3	P128_1ªronda	4
P128_2ªronda	1	P128_2ªronda	0	P128_2ªronda	2
P128_3ªronda	1	P128_3ªronda	0	P128_3ªronda	0
P129	1	P129	0	P129	0
P130	4	P130	0	P130	0
P131	1	P131	0	P131	0
P132	1	P132	0	P132	0
P133	1	P133	0	P133	0
P134	1	P134	0	P134	0
P135	1	P135	0	P135	0
P136	1	P136	1	P136	0
P137	1	P137	1	P137	1
P138_1ªronda	1	P138_1ªronda	0	P138_1ªronda	0
P139_2ªronda	1	P139_2ªronda	0	P139_2ªronda	0
P140	1	P140	0	P140	0
P141	1	P141	0	P141	0
P142	2	P142	0	P142	0
P143_1ªronda	1	P143_1ªronda	0	P143_1ªronda	1
P143_2ªronda	1	P143_2ªronda	1	P143_2ªronda	3
P144	1	P144	0	P144	1
P145	1	P145	0	P145	0
P146	2	P146	0	P146	0
P147	1	P147	0	P147	0

P148	1	P148	0	P148	0
P149	2	P149	0	P149	0
P150_1ªronda	1	P150_1ªronda	0	P150_1ªronda	0
P151_2ªronda	1	P151_2ªronda	0	P151_2ªronda	0
P152	1	P152	0	P152	0
P153	1	P153	0	P153	0
P154	1	P154	0	P154	0
P155	1	P155	0	P155	0
P156_1ªronda	1	P156_1ªronda	25	P156_1ªronda	30
P156_2ªronda	2	P156_2ªronda	8	P156_2ªronda	0
P156_3ªronda	1	P156_3ªronda	0	P156_3ªronda	0
P157_1ªronda	4	P157_1ªronda	20	P157_1ªronda	15
P157_2ªronda	1	P157_2ªronda	9	P157_2ªronda	10
P157_3ªronda	3	P157_3ªronda	0	P157_3ªronda	7
P157_4ªronda	2	P157_4ªronda	2	P157_4ªronda	9
P157_5ªronda	1	P157_5ªronda	5	P157_5ªronda	2
P157_6ªronda	1	P157_6ªronda	0	P157_6ªronda	0
P158	1	P158	0	P158	0
P159	1	P159	0	P159	0
P160	1	P160	0	P160	0
P161	4	P161	0	P161	0
P162	1	P162	0	P162	0
P163	1	P163	0	P163	0
P164	1	P164	0	P164	0
P165	1	P165	0	P165	0
P166	1	P166	0	P166	0

P167	1	P167	0	P167	0
P168	1	P168	0	P168	0
P169	1	P169	1	P169	0
P170	1	P170	0	P170	0
P171	1	P171	0	P171	1
P172	1	P172	0	P172	0
P173	2	P173	0	P173	0
P174_1ªronda	1	P174_1ªronda	7	P174_1ªronda	3
P174_2ªronda	2	P174_2ªronda	0	P174_2ªronda	1
P175	7	P175	1	P175	1
P176	3	P176	0	P176	0
P174	1	P174	0	P174	0
P175	2	P175	1	P175	0
P176	4	P176	1	P176	0
P177	1	P177	0	P177	0
P178	2	P178	0	P178	0
P179	1	P179	0	P179	0
P180	1	P180	0	P180	1
P181	1	P181	0	P181	0
P182	3	P182	1	P182	1
P183	3	P183	1	P183	0
P184	1	P184	0	P184	0
P185	1	P185	0	P185	0
P186_1ªronda	3	P186_1ªronda	3	P186_1ªronda	0
P186_2ªronda	3	P186_2ªronda	5	P186_2ªronda	2
P186_3ªronda	1	P186_3ªronda	0	P186_3ªronda	0



P187_1ªronda	2	P187_1ªronda	1	P187_1ªronda	0
P187_2ªronda	1	P187_2ªronda	0	P187_2ªronda	0
P188	1	P188	3	P188	2
P189	2	P189	2	P189	0
P190	1	P190	1	P190	0
P191	3	P191	4	P191	2
P192_1ªronda	1	P192_1ªronda	0	P192_1ªronda	0
P192_2ªronda	1	P192_2ªronda	1	P192_2ªronda	2
P192_3ªronda	2	P192_3ªronda	2	P192_3ªronda	1
P192_4ªronda	1	P192_4ªronda	0	P192_4ªronda	1
P193	1	P193	0	P193	0
P194_1ªronda	3	P194_1ªronda	1	P194_1ªronda	0
P194_2ªronda	1	P194_2ªronda	4	P194_2ªronda	2
P195	7	P195	4	P195	0
P196	1	P196	0	P196	0
P197_1ªronda	2	P197_1ªronda	0	P197_1ªronda	6
P197_2ªronda	2	P197_2ªronda	0	P197_2ªronda	0
P198	1	P198	1	P198	0
P199	1	P199	0	P199	0
P200	1	P200	0	P200	0
P201	1	P201	2	P201	0
P202	3	P202	0	P202	0
P203	1	P203	1	P203	0
P204_1ªronda	1	P204_1ªronda	6	P204_1ªronda	4
P204_2ªronda	1	P204_2ªronda	0	P204_2ªronda	0
P205_1ªronda	2	P205_1ªronda	3	P205_1ªronda	1

P205_2ªronda	1	P205_2ªronda	0	P205_2ªronda	0
P206_1ªronda	3	P206_1ªronda	0	P206_1ªronda	0
P206_2ªronda	1	P206_2ªronda	0	P206_2ªronda	0
P207	1	P207	0	P207	0
P208	1	P208	0	P208	0
P209	1	P209	0	P209	0
P210	3	P210	0	P210	0
P211	1	P211	0	P211	0
P212	1	P212	0	P212	0
P213	1	P213	0	P213	0
P214	1	P214	0	P214	0
P215	1	P215	0	P215	0
P216	1	P216	0	P216	0
P217	1	P217	0	P217	0
P218	1	P218	0	P218	0
P219	1	P219	0	P219	1

Tabla 16: número de mensajes por participantes distribuidos temporalmente por “rondas” de mensajes

Ha habido 225 miembros que han participado, 6 Community Manager (que no se ha numerado) + 219 participantes que se ha numerado de P1 a P219.

En el Anexo que se adjunta se pueden ver representados en una tabla el número de comentarios totales, es decir, incluidas las propuestas de idea y las respuestas a esas propuestas que han realizado los participantes.

A continuación se representa con una tabla el número de comentarios totales por frecuencias.

Intervalo	Número de participantes	Porcentaje	Porcentaje acumulado
0-1 mensajes	99	44	44
2-5 mensajes	47	21	65
6-10 mensajes	42	19	84
Mas de 10 mensajes	37	16	100

Tabla 17: Distribución de frecuencias del número de mensajes por participante

En el Anexo también se pueden ver representados en una tabla el número de propuestas de ideas que han realizado los participantes.

En la tabla que aparece seguidamente se describe el número de aportaciones de ideas por frecuencias.

Intervalo	Número de participantes	Porcentaje	Porcentaje acumulado
0-1 propuestas	171	76	76
2-3 propuestas	23	10	86
4-5 propuestas	19	8	94

Más de 10 propuestas	12	6	100
----------------------	----	---	-----

Tabla 18: Distribución de frecuencias del número de propuestas por participante

Con la toda esta información, se va a analizar a continuación, con qué asiduidad hacen comentarios los participantes.

Los resultados obtenidos han sido los siguientes:

*Nº de participantes que han comentado en “1 ronda de mensajes”, primeros 11 días.*

176 participantes de 225, es decir, un 78.22% de los participantes solo han realizado comentarios en una ronda.

*Nº de participantes que han comentado en dos “rondas de mensajes”.*

22 participantes de 225, es decir, un 10.22% de los participantes solo han realizado comentarios en dos rondas.

*Nº de participantes que han comentado en tres “rondas de mensajes”.*

8 participantes de 225, es decir, un 3.55% de los participantes solo han realizado comentarios en tres rondas.

*Nº de participantes que han comentado en cuatro “rondas de mensajes”.*

5 participantes de 225, es decir, un 2.22% de los participantes solo han realizado comentarios en cuatro rondas.

*Nº de participantes que han comentado en cinco “rondas de mensajes”.*

2 participantes de 225, es decir, un 0.78% de los participantes solo han realizado comentarios en cinco rondas.

*Nº de participantes que han comentado en seis “rondas de mensajes”.*

3 participantes de 225, es decir, un 1.17% de los participantes solo han realizado comentarios en seis rondas.

Nº de participantes que han comentado en siete “rondas de mensajes”:

0 participantes de 225, es decir, un 0% de los participantes han realizado comentarios en siete rondas.

Nº de participantes que han comentado en ocho “rondas de mensajes”:

2 participantes de 225, es decir, un 0.78% de los participantes solo han realizado comentarios en ocho rondas.

Nº de participantes que han comentado en nueve “rondas de mensajes”:

0 participantes de 225, es decir, un 0% de los participantes han realizado comentarios en nueve rondas.

Nº de participantes que han comentado como Community Manager

6 participantes de 225, es decir, un 2.66% de los participantes han realizado comentarios como Community Manager.

Con todo lo expuesto anteriormente se puede ver que la gran mayoría de los participantes, el 78.22%, realizan comentarios durante los 9 primeros días, y luego no vuelven a participar en la comunidad. Esto es negativo, ya que son aportaciones puntuales. Habría que mejorar la motivación intrínseca de los participantes como se comentará posteriormente.

Para contabilizar los comentarios que han realizado los participantes en un día, en los tres días siguientes, y en los siete días siguientes, se ha tenido en cuenta la primera ronda de mensajes, es decir, en los primeros 11 días. Y el resultado ha sido el siguiente:

8. ¿Cuántos comentarios hicieron los participantes de la comunidad en el primer día?

Los participantes han realizado 365 comentarios en el primer día, es decir, de los 2296 comentarios totales realizados en esta categoría, el 15,89% han sido realizados el primer día.

### 9. ¿Cuántos comentarios hicieron los participantes de la comunidad en un rango de 3 días?

Los participantes han realizado 323 comentarios en el rango de los tres siguientes días, es decir, el 14,06% del total. Como ha habido 323 comentarios en esos tres días, la media por día ha sido de 107 intervenciones.

Se puede observar como baja considerablemente la participación de los miembros de la comunidad.

### 10. ¿Cuántos comentarios hicieron los participantes de la comunidad en un rango de 7 días?

Los participantes han realizado 353 comentarios en el rango de los siete siguientes días, es decir, el 15,37% del total. Como ha habido 353 intervenciones en esos siete días, la media ha sido de 50 comentarios al día, durante esos siete días.

De esta manera, si sumamos los porcentajes de los comentarios que se hacen en los once primeros días, encontramos que el 45,32% del total de los comentarios de los participantes se realizaron durante esta primera ronda, concluyendo que, a partir de la segunda “ronda” de mensajes éstos disminuyen considerablemente.

Se puede observar como desciende considerablemente la participación de los miembros de la comunidad.

#### **6.2.4 Análisis del proceso de generación de ideas**

En este apartado se van a analizar las aportaciones que se han seleccionado de las distintas subcategorías, también las aportaciones que recibieron más interacciones así como las valoraciones que hicieron los participantes a través de las votaciones.

##### **6.2.4.1 Principales aportaciones para cada una de las subcategorías analizadas.**

En este apartado se van a examinar las aportaciones de ideas más destacadas de las distintas subcategorías. Con este fin se ha organizado la información de la siguiente manera:

1º Subcategoría de la plataforma → a la que pertenece dentro de la UNED

2º Título de la propuesta de idea → título que la da el autor de la idea

3º Descripción de la propuesta → indica qué pretende mejorar el participante con esta idea.

4º Valoración de la propuesta → comentario personal que realizo de esta aportación de idea.

Nombre de Categoría y Subcategoría	Número de ideas propuestas	Porcentaje
Categoría "Metodología". Total	422	100%
Subcategoría "Contenidos"	128	30%
Subcategoría "Cooperación"	49	12%
Subcategoría "Actividades"	34	8%
Subcategoría "Evaluación"	80	19%
Subcategoría "Motivación y personalización"	38	9%
Subcategoría "Prospectiva y Calidad"	19	4%
Subcategoría "Soportes Tecnológicos"	74	18%

Tabla 19: Número de ideas propuestas por subcategoría

### **Subcategoría Actividades**

A continuación, se presenta una tabla con todos los indicadores de las propuestas de ideas que están incluidas en la Subcategoría Actividades.

Categoría de la propuesta de idea	Número de comentarios de la propuesta de idea	Porcentaje
<i>Propuesta: Opiniones, juicios o valoraciones</i>	4	12%
<i>Aportación sin concretar</i>	12	35%
<i>Aportación concretada sin desarrollar</i>	10	30%
<i>Aportación concretada con desarrollo</i>	7	20%
<i>Aportación concretada documentada con material</i>	1	3%
<i>Total</i>	34	100%

Tabla 20: Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Actividades

**Título de la propuesta:** “Crear una agenda de modernización en la UNED”

**Descripción de la propuesta:**

En esta propuesta, la participante da ideas y explica cómo mejoraría la metodología para que las actividades formen parte de una secuencia metodológica en la UNED, y también aporta información sobre herramientas que se podrían utilizar para llevarlo a cabo, como se puede ver en la siguiente transcripción:

*“Mi idea es fomentar una “nueva metodología” para realizar las actividades en la UNED. Se crearía una plataforma para la asignatura que se esté impartiendo en la cual el profesor va a dar píldoras de teoría a los alumnos para que los alumnos lo lean en su casa, luego en otra clase online el profesor preguntará a sus alumnos si han tenido dudas y en ese momento les propondrá actividades. Actividades basadas en proyectos que tendrán que realizar en grupo, utilizando herramientas TIC, se podrían utilizar algunas de las siguientes: Office365, Blogger, etc.”*

Para argumentar su idea, la autora se ha basado en un fichero que ha adjuntado a su participación. Este documento versa sobre la “Agenda para la modernización de la educación superior en Europa”. La participante comenta que la modernización de la educación universitaria es una tarea que tiene pendiente realizar la Comisión Europea desde hace muchos años, y es algo muy importante:

*“Las universidades tienen un papel clave en el futuro de Europa y en el éxito de una economía y una sociedad basadas en el conocimiento. Sin embargo, este sector crucial de la economía y la sociedad necesita una reestructuración y modernización en profundidad, si Europa no quiere perder el tren en la competencia mundial en educación, investigación e innovación”*

También nos comenta las exigencias que marca la Comisión Europea a los Estados miembros para llevar a cabo dicha modernización. Una de ellas es aumentar la financiación en educación y otra es la inclusión de todo tipo del alumnado, como comenta la autora parafraseando a la Comisión Europea:

*“Promover la equidad, la cohesión social y la ciudadanía activa” para: permitir que todos los ciudadanos, independientemente de sus circunstancias personales, sociales y económicas, adquieran, actualicen y desarrollen durante toda su vida tanto unas aptitudes profesionales específicas como las competencias clave*



*necesarias para su empleabilidad, así como respaldar el aprendizaje continuo, la ciudadanía activa y el diálogo intercultural”*

### **Valoración de la propuesta:**

La propuesta que ha hecho la participante se valora como de gran calidad, ya que ha estructurado la idea, con una breve exposición de lo que pretende mejorar con su idea, posteriormente se ha basado en argumentos sólidos para defender su exposición y como conclusión ha vuelto a incidir con más detalle en lo que la UNED podría mejorar.

Por otra parte, el contenido de la propuesta es de candente actualidad, ya que trata de un aspecto tan importante como es la modernización de la educación en España, en este caso de la educación universitaria. Y también nos habla de la financiación de la misma, un tema del que se debate en este momento.

Lo que propone la participante es una mezcla de flip-teaching basada en píldoras de teoría para leer en casa y clases online en torno a actividades. También introduce una propuesta de aprendizaje basado en proyectos.

Desde nuestro punto de vista, la idea de “Flipped Classroom” (que consiste en un modelo pedagógico que de alguna manera trasvasa los procesos de aprendizaje de los estudiantes fuera del aula, y utiliza el tiempo de clase a la adquisición y práctica de conocimientos dentro del aula), es muy buena, ya que deja tiempo para resolver dudas en clase y también para realizar proyectos prácticos en el aula.

Este enfoque del participante, es un enfoque integral que combina la impartición directa de las clases, con métodos constructivistas, desde el punto de vista práctico.

Consideramos muy positivo que este método didáctico se aplicara en las clases de la UNED, ya que permite al profesor recibir retroalimentación de lo que los estudiantes comprenden. El día antes de la clase los alumnos han tenido que preparar estrategias en su aprendizaje, de esta manera el docente puede centrarse en actividades que mejoren las deficiencias que puedan existir en los estudiantes en la comprensión del contenido.

La idea no tuvo ninguna respuesta, solamente otro comentario de la propia autora que expone más argumentos a favor de su pensamiento, de hecho, aporta más información

pero ampliando el campo de la idea, hablándonos de lo que ha supuesto el Proceso de Bolonia:

*“El Proceso de Bolonia, base del actual Espacio Europeo de Educación Superior, supone un tránsito marcado por los trabajos auspiciados por el Consejo de Europa en el Tratado de 1959 “European Convention on the Academic Recognition of University Qualifications”, y especialmente el afamado Tratado de Lisboa de 1997 “Convention on the Recognition of Qualifications concerning Higher Education in the European Region”, que fue retomado por la Unión Europea para propiciar el EEES”*

También aporta un nuevo paradigma que completa la idea originaria que tuvo, y es la de crear una red social en la UNED para fomentar los pensamientos, la participación y discusión dentro de la comunidad educativa.

Esta idea solo obtuvo un voto, y como se ha comentado anteriormente, no tuvo mucho seguimiento, ya que nadie hizo ninguna declaración al respecto. Puede ser que, aunque estaba bien expuesta y argumentada la idea, los participantes no hayan visto atractiva la idea a priori, porque no les haya gustado el título, o también puede ser que el inicio de su exposición no consiga “enganchar” al participante para que la continúe leyendo.

**Título de la propuesta:** “Crear en la UNED una plataforma común para compartir metodología”

**Descripción de la propuesta:**

En esta propuesta lo que pretende el participante con su idea es crear una plataforma interactiva única en la UNED para todas las personas que forman parte de la Universidad, ya que él ve un problema en el actual sistema, en el que hay múltiples plataformas además de ALF e INTECCA, como expone:

*“Sería ideal una plataforma única pero la UNED tiene un montón de pequeñas plataformas además de ALF e INTECCA. Akademos o Web-ex, aunque de acceso cerrado son independientes e incompatibles entre sí.”*

También expone que no le gusta la plataforma de ALF, y que el tener una plataforma común para todos los miembros de la UNED podría tener muchos beneficios, por ejemplo, el abaratar costes, ya que si se crea una plataforma que es propia y diseñada

tecnológicamente por la UNED no se va a depender de empresas privadas para su planificación, diseño, creación o modificación de la misma.

Hace un repaso de los tipos de plataformas existentes en la actualidad:

*“Hay muchos tipos de plataformas que utilizan distintas metodologías para realizar actividades. Pero por ejemplo algunas plataformas en las que se restringe su utilidad al hecho de sólo facilitar contenidos y materiales de aprendizaje, en este caso se les identifica como gestores o plataformas para difundir recursos de aprendizaje (CMS)”*

Y explica que lo más conveniente para una plataforma educativa en la que se tienen que facilitar procesos de enseñanza aprendizaje es una “Plataforma para Difundir Recursos de Aprendizaje (CMS)”.

Finalmente vuelve a plantear la idea de un sistema común al que tanto profesores como alumnos se puedan conectar, mejorando la efectividad con respecto al que hay en la actualidad, valorando la de tener un sistema propio que no dependa de la empresa privada. El participante advierte de los peligros de no mejorar la plataforma, con posibles fugas de alumnos de la UNED a otra universidad que les ofrezca lo que demandan.

### **Valoración de la propuesta:**

Nos parece una propuesta que está argumentada, ya que comenta los tipos de plataformas que existen y cuál es la que él cree que es mejor para la UNED. También aporta una idea clara de lo que él quiere, y añade una breve explicación de lo que podría suceder a su juicio si no se atiende a lo que está demandando.

Según nuestro punto de vista, la idea que se ha analizado anteriormente está mejor fundamentada y desarrollada, debido a que aporta documentos y enlaces a páginas web para respaldar su opinión.

Esta idea que se acaba de analizar ha tenido cinco contestaciones y tres votos, lo que quiere decir que ha sido seguida por más participantes. Esto puede haberse debido a que el título de la propuesta ha llamado más la atención que el anterior, también es posible que al haber en el primer párrafo palabras en mayúscula y palabras técnicas, resalten sobre el texto y hagan que el participante comience a leer el párrafo y continúe leyendo.

Seguidamente se examinará la idea más votada, que cuenta con ocho votos, y también una de las más comentadas ya que presenta siete aportaciones.

**Título de la propuesta:** “Carga Académica”

**Descripción de la propuesta:**

La participante, que en este caso es una profesora, incluye lo que ella llama una idea innovadora de algo que según su opinión, están solicitando los profesores de investigación.

La participante comenta por ejemplo, que hay que computar el trabajo que un profesor que dirige tesis está haciendo en realidad, porque según ella el número de tesis que puede dirigir son seis, y solo se computan dos. Por tanto, habrá que medir la realidad del trabajo que se está haciendo, salvo que, en su defecto, se ponga límite a la carga docente de algunos profesores que imparten muchas asignaturas:

*“La carga académica habrá de computar la realidad, salvo que, en su defecto, se ponga límite a la carga docente de algunos profesores y profesoras que llevan más de una docena de asignaturas”.*

**Valoración de la propuesta:**

Los participantes han seguido la idea y la han apoyado y comentado, con respuestas de agradecimiento por intentar ayudar a rebajar la carga de trabajo que tienen muchos profesores, pero en los comentarios no se observa ninguna respuesta elaborada, ni con aportaciones ni con explicaciones.

Se puede advertir que una idea que no tiene un gran texto, ni una gran argumentación técnica, como es este caso, puede ser seguida por bastantes participantes, entre los que había estudiantes y profesores. Esto es debido en nuestra opinión, a que la carga académica es algo que a los alumnos y profesores les preocupa, tanto al alumno porque para él es la cantidad de materia que tiene que estudiar, como para el profesor, que es lo que tiene que impartir.

Otra idea que ha sido bien recibida por la comunidad de la UNED, con siete votos y ocho comentarios, ha sido la siguiente:

**Título de la propuesta:** “Nuevas Pruebas de Evaluación Continua”: Proyectos Evaluables Cooperativos.

**Descripción de la propuesta:**

Esta idea ha sido la más comentada con ocho contestaciones y la segunda más votada, con siete votos. En ella el participante expone la premisa de que se promuevan proyectos colaborativos que los estudiantes realicen, de tipo voluntario, que contribuyan de forma significativa a la calificación de la asignatura; una forma alternativa a las PEC o Pruebas de Evaluación Continua.

Esta propuesta está bien argumentada y concretada. Se mostrarán seguidamente algunos de los aspectos que el participante tendría en cuenta para la realización de esta tarea:

- *además, el profesor puede aprovechar los proyectos de los alumnos como materiales de su asignatura: estudios o apuntes sobre temas concretos, vídeos o aplicaciones interactivas, gráficos, etc, que servirán de materiales complementarios en los años siguientes.*
- *los alumnos tendrán la motivación de estar realizando un trabajo real, quizá muy similar a aquél para el que están estudiando: es un acercamiento a la experiencia laboral que necesitan.*
- *la formación recibida será seguro de mayor calidad; al aumentar la motivación y personalizar la experiencia el alumno valorará más los contenidos y los afrontará desde nuevas perspectivas.*
- *es posible incluir en la asignatura contenidos transversales.*
- *puede buscarse apoyo de los centros asociados para las actividades, así como de los tutores.*

Y aporta ejemplos de proyectos que se podrían realizar durante el curso:

- *Formar un grupo de trabajo que elabore un estudio para una empresa o le prepare un dossier con ideas sobre posibles nuevos productos.*
- *Elaborar un libro o apuntes con problemas de matemáticas resueltos para una asignatura en la que repetidamente los estudiantes se quejan de la falta de material de ese tipo disponible.*

En este caso los participantes se han animado a contestar, esto puede ser debido a que sobre todo a los alumnos, el tema de la evaluación siempre les ha preocupado bastante, y ya en el título de la propuesta se habla de una nueva manera de evaluar.

También el hecho de que el participante muestre ejemplos de lo que se puede hacer, puede haber animado a los demás a que en sus respuestas den también ejemplos de posibles actividades cooperativas que podrían ser evaluables.

Un ejemplo que ha proporcionado un participante, y que merece la pena destacar por el detalle de su comentario, es el siguiente:

*Cuando se realiza una evaluación, debe tenerse en cuenta la evaluación no sólo de la adquisición de los conocimientos, sino también del desarrollo y adquisición de las competencias de manera continua. Por lo que se tiene que evaluar de manera continua en función de las actividades que tienen relación con las competencias. Se podrían realizar actividades de evaluación continua del siguiente tipo:*

- 1. Planteamiento de actividades prácticas.*
- 2. Comentarios críticos de textos.*
- 3. Recensiones.*
- 4. Elaboraciones de informes que han sido realizados de manera cooperativa, para fomentar el trabajo en grupo.*

También hace referencia a los entornos presenciales y virtuales como medios actuales, prácticamente imprescindibles, para evaluar de manera continua a los alumnos, ya que poseen herramientas muy importantes para ver qué evolución tienen los alumnos, y hacerlo de manera individualizada.

*Las actividades que pueden ser planteadas en entornos presenciales, pueden ser también realizadas con las herramientas de las que disponemos en la actualidad. También se tiene que fomentar el aprendizaje basado en competencias.*

Finalmente, con lo que se ha comentado y analizado en esta subcategoría, y teniendo en cuenta las cuatro ideas expuestas anteriormente, se llega a la conclusión de que el título de un comentario es muy importante para animar a un participante a leer la idea entera, sobre todo cuando esta contiene mucho texto, como lo que puede haber sucedido en la

primera idea analizada. También se puede comprobar que una idea, aunque no esté bien argumentada, y simplemente se base en una opinión o percepción personal, puede ser muy bien acogida y seguida por la comunidad, si se trata de una idea que tiene que ver la carga horaria para impartir de los profesores, como así ha sucedido en la idea: “Carga académica”. Con esta intervención se puede resaltar que aun siendo valorada muy positivamente por el resto de compañeros de comunidad, estos no mejoran, ni aportan nada más a ella, es decir, no la construyen, solamente la felicitan y dan las gracias por el comentario porque están de acuerdo con lo que ha expuesto.

En cambio, en la última idea que se ha comentado, también hay un seguimiento muy alto por parte de la comunidad, y aquí el impulsor de la idea, sí que expone con argumentación y ejemplos que se podría hacer, lo que hace que el resto de sus compañeros se impliquen también en la idea, dando ellos más ejemplos. Se puede ver una diferencia con respecto a la anterior, de simplemente felicitar por la idea propuesta como sucede en la tercera idea, a felicitar e intentar construir con más propuestas en las respuestas como ha sucedido en la última idea que se ha comentado, que por otra parte ha sido la más comentada.

Lo que se ha dicho para la idea tres, vale para la idea número cuatro, ya que esta idea habla de una manera de evaluar, lo que la hace atractiva y potencialmente comentable para los alumnos que la están leyendo.

Por último, queremos expresar también lo curioso que resulta que la primera idea que se ha expuesto, que en nuestra opinión como ya se ha comentado anteriormente, es una idea muy constructiva, bien explicada y argumentada, no haya tenido el eco esperado. Puede ser debido a que el título no es demasiado sugerente para el alumno.

### ***Subcategoría Contenidos***

En este subapartado se van a analizar las aportaciones de ideas más destacadas de la subcategoría contenidos.

A continuación, se muestra una tabla con todos los indicadores de las propuestas de ideas que se incluyen en dicha subcategoría.

Categoría de la propuesta de idea	Número de comentarios de la propuesta de idea	Porcentaje
<i>Propuesta: Opiniones, juicios o valoraciones</i>	22	17%
<i>Aportación sin concretar</i>	29	23%
<i>Aportación concretada sin desarrollar</i>	32	25%
<i>Aportación concretada con desarrollo</i>	23	18%
<i>Aportación concretada documentada con material</i>	22	17%
<i>Total</i>	128	100%

Tabla 21: Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Contenidos

Como se observa en la tabla, en esta categoría el porcentaje que hay entre comentarios del tipo: propuesta, opiniones, juicios o valoraciones, aportación sin concretar y aportación concretada sin desarrollar, suman el 65% de los comentarios, es decir, que la mayoría de los comentarios son ideas que no han sido muy desarrolladas. El número de intervenciones de esta subcategoría ha sido 128, convirtiéndose en la categoría más comentada. Seguidamente se expondrán las ideas que se han encontrado más representativas en esta subcategoría.

**Título de la propuesta:** “Contenido digital e interactivo”.

**Descripción de la propuesta:**

Con esta idea, la participante quiere demostrar como las TIC aplicadas a la enseñanza permiten utilizar un gran número de herramientas para asimilar conceptos, en sus propias palabras:

*La adaptación de las TICs a la enseñanza permite utilizar un gran número de herramientas que permiten al alumno asimilar conceptos y mejorar diferentes habilidades imprescindibles a día de hoy en un profesional de cualquier sector.*

Propone la creación de contenido digital e interactivo mediante la utilización de HTML+JavaScript+CSS, que permitiría al docente generar material dinámico ajustado a las necesidades de su curso.

Las soluciones las divide en dos partes.



1.- Como el profesorado no tiene conocimiento o habilidades necesarias para generar JavaScript, la participante ve necesario que exista un repositorio con ese tipo de contenidos catalogados para que pueda incorporarlos.

2.- Ayudar al profesorado con manuales que le puedan servir para la generación de este tipo de contenido mediante un editor de texto plano.

Como comenta la interviniente:

*Existen multitud de librerías (herramientas ya disponibles) de uso gratuito y abierto que permiten añadir un gran número de elementos interactivos y con una gran presencia visual. (por ejemplo: jquery, bootstrap, ...)*

*• Se puede presentar este contenido mediante una página web o incluso dentro de la plataforma actual de la UNED.*

*• Se puede presentar en formato MooC por ejemplo para la plataforma de UNED abierta.*

*• Se puede presentar en formato EPUB3, es decir, se puede visualizar como libro electrónico digital interactivo (el estándar EPUB3 admite XHTML5, JavaScript y CSS).*

### **Valoración de la propuesta:**

Es una idea que está muy bien argumentada. Parte de un problema existente y da varias soluciones para solventarlo. Esta idea requiere trabajo, pero creo que mejoraría considerablemente un problema que se sufre en el actual alumnado, que es el del aprendizaje. La experiencia de aprendizaje dentro de los cursos impartidos por la UNED y, como dice la autora, la creación de un espacio de trabajo en el que cualquier profesor de esta universidad pudiese utilizar un elemento interactivo permitiría al alumno trabajar con materiales de manera más sencilla.

Esta propuesta tiene seis contestaciones y tres votos, no es por tanto la idea más votada, pero el seguimiento de la idea ha sido positivo, yo creo que a ello ayuda el que el título es atractivo para el resto de los participantes. En este caso se puede contemplar que una idea bien argumentada como ésta tiene un seguimiento por parte de los usuarios, ya que los mismos usuarios han apoyado y comentado la idea.

**Título de la propuesta:** “Sobre el negocio de los manuales en la UNED: ¿Cuestan más los libros que las matrículas?”.

**Descripción de la propuesta:**

El objetivo que tiene este participante con su intervención es especificar lo que él entiende como una gran variabilidad de coste de manuales básicos que se puede observar en la UNED. Así lo expone:

*La matrícula de los créditos de los que me matriculé me costó aproximadamente 500 euros, y los libros que me dijeron los profesores que se iban a utilizar para el desarrollo de la asignatura me supusieron 200 euros. Todos los libros que me recomendaron comprar los profesores, estaban escritos por ellos mismos, y ninguno de ellos estaba en versión pdf. Luego en los exámenes hacía referencia a capítulos o parte de los libros que habían recomendado comprar. También destaco la gran variedad en los precios de los libros. Por ejemplo, he comprado libros cuyos precios oscilan de los 18 euros a los 52 euros. En este caso con independencia de quienes sean los autores, empleando gráficas y parámetros estadísticos sencillos, así como obtener una idea global de hasta qué punto la obligación tácita de adquirir unos manuales encarece el coste de estudiar en nuestra universidad, en perjuicio de los estudiantes e incluso de la competitividad de la UNED frente a la creciente oferta de estudios superiores on-line.*

Por lo que finalmente, el participante se queja de la obligatoriedad a la que a veces se sienten sometidos los alumnos de la UNED, al comprar libros que recomiendan los profesores, y también a la gran variación que hay en los precios que cuestan estos.

Para ello se pide que se utilicen datos obtenidos de las Guías de las asignaturas 2015/2016 de la UNED, vaciados por otro participante y por él mismo para la serie de propuestas.

**Valoración de la propuesta:**

Esta propuesta ha llamado mucho la atención a los participantes, ya que ha contado con diez contestaciones y ha sido una de las más votadas. En nuestra opinión esto puede haber sido debido a que los participantes (que son prácticamente todos alumnos) se

sienten muy identificados con el precio de manuales, libros, matrículas, etc. Con lo que se puede afirmar, como se ha comentado anteriormente, que el título les ha interesado a los participantes. Sin ser uno de los comentarios más argumentados, es cierto que es uno de los más seguidos.

Finalmente, con lo que se ha comentado y analizado en esta subcategoría y teniendo en cuenta las ideas expuestas anteriormente, se puede observar un patrón. Del mismo modo que ocurría en la subcategoría actividades, el título de un comentario se convierte en un factor fundamental a la hora de animar a un participante a leer la idea entera, como ha sucedido con la segunda idea comentada. En el caso de la primera idea, han sido la argumentación y la propia idea las que han enganchado a los participantes y han hecho que respondan con opiniones razonadas.

### ***Subcategoría Cooperación***

En este subapartado se analizarán las aportaciones de ideas más destacadas de la subcategoría cooperación.

Seguidamente se muestra una tabla con todos los indicadores de las propuestas de ideas que encontramos de la Subcategoría Cooperación.

Categoría de la propuesta de idea	Número de comentarios de la propuesta de idea	Porcentaje
<i>Propuesta: Opiniones, juicios o valoraciones</i>	8	16%
<i>Aportación sin concretar</i>	17	35%
<i>Aportación concretada sin desarrollar</i>	6	12%
<i>Aportación concretada con desarrollo</i>	11	23%
<i>Aportación concretada documentada con material</i>	7	14%
<i>Total</i>	49	100%

Tabla 22. Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Cooperación

Como se revela en la tabla, en esta categoría, el porcentaje que hay entre comentarios del tipo: propuesta, opiniones, juicios o valoraciones, aportación sin concretar y aportación concretada sin desarrollar, suman el 63% de los comentarios, es decir, como sucedía en la subcategoría anterior la mayoría de las ideas son comentarios poco desarrollados. A continuación se van a interpretar las ideas que se han encontrado más representativas en esta subcategoría.

**Título de la propuesta:** “Foro Interuniversitario para desarrollo de la EaD”

**Descripción de la propuesta:**

Con esta idea el participante quiere expresar que toda variante no presencial de enseñanza, tiene por delante un amplio horizonte de desarrollo y expansión.

*No solo por la necesaria flexibilización acorde a la realidad laboral y las políticas de conciliación familiar y laboral, sino incluso por algo tan esencial como impulsar la igualdad de oportunidades, el logro efectivo de la universalización del derecho a una educación superior.*

Según el autor de la idea, la sociedad a través de sus universidades aspira a lograr que cualquier persona que desee formarse a lo largo de toda la vida pueda hacerlo realidad, y que esa posibilidad tiene que estar lo más desvinculada posible de la capacidad económica de las familias.

*Dejar frustrados los deseos y las capacidades intelectuales de las personas por estar tan condicionada a la economía familiar la posibilidad de seguir estudios superiores, es un derroche de talento que ninguna sociedad debería permitirse. Jamás tendrá una sociedad “patrimonio” más valioso que el derivado de encaminar las mejores capacidades y aptitudes de todos sus miembros, su voluntad individual y corresponsabilidad social. El encuentro mente-conocimiento, no debe tener más obstáculos que los derivados del libre albedrío. Optimizarlo y universalizarlo es el camino más seguro que cualquier sociedad puede tomar para alcanzar sus mejores logros. En cambio, descuidar ese encuentro, o incluso evitarlo deliberadamente por criterios clasistas, o simplemente por estupidez crónica, es el camino más seguro para alcanzar el colapso social.*

El autor comenta que él cree que la UNED consciente de esto, ha puesto en marcha la plataforma Horizonte UNED 50.

También opina que, dada la situación de crisis económica, se puede partir de un escenario pesimista, estimando que la capacidad o futuro de las universidades presenciales es muy baja.

Redundando en lo comentado anteriormente comenta que:

*Sin duda muchas universidades estarán en la misma situación, y sin duda todas ellas serán a su vez conscientes del futuro que tiene la educación a distancia. Tal vez muchas estén considerando ampliar sus ofertas por esa vía, y tal vez les frenen ciertas carencias, o simplemente nadie se atreva a asumir la responsabilidad del riesgo asociado a toda inversión.*

El participante comenta que la UNED es una institución pionera de la educación universitaria a distancia en nuestro país, una universidad que tiene mucha experiencia al respecto en docencia, administración y establecimiento de relaciones con otras entidades, y por esto expone que:

*La UNED promueva la celebración anual de un Foro Interuniversitario para el desarrollo de la Educación a Distancia e impulso de convenios de colaboración. Punto de partida para sentar las bases de proyectos comunes de ampliación de oferta educativa.*

También anima a que los demás usuarios de comunidad opinen sobre esta idea; si les gusta, si no les gusta, que construyan sobre ella, etc.

*Pero si alguien no lo ve, o desea construir sobre la idea, ¡adelante!*

### **Valoración de la propuesta:**

La idea dado su alcance y buena argumentación, ya que en los primeros párrafos nos comenta un problema muy actual consistente en que con la crisis ha ido bajando la financiación de las Universidades y como están animando desde el gobierno a unir y

refundir carreras universitarias para ahorrar gasto. También aporta una idea muy interesante, que sería la de que la UNED promoviera la celebración anual de un Foro Interuniversitario para el desarrollo de la Educación a Distancia y de esta manera impulsar convenios de colaboración, que serían un punto de partida para sentar las bases de proyectos comunes de ampliación de oferta educativa, como se puede observar, los participantes de la comunidad, están muy involucrados con este tema, y lo han demostrado realizando doce comentarios y votando cincuenta y cuatro veces de manera positiva esta intervención.

Es una idea que remueve los pensamientos de los demás participantes, ya que la ven muy cercana a ellos.

**Título de la propuesta:** “Casos de éxito por la UNED”

**Descripción de la propuesta:**

Esta es una propuesta muy breve pero que ha tenido mucha acogida entre los participantes de la comunidad. En ella el interviniente expone la idea de que los alumnos que han pasado por la UNED y hayan triunfado en el mercado laboral, puedan ayudar a los alumnos que están estudiando. El autor de la idea lo ilustra así:

*Sería una buena idea fomentar el conocimiento en la Web de la Universidad de casos alumnos y alumnas egresados por la UNED que han triunfado en el mercado laboral o en alguna institución y que sirva de referencia y modelo para futuros alumnos y alumnas.*

**Valoración de la propuesta:**

La idea ha tenido mucho alcance, ya que ha contado con quince comentarios y diecisiete votos. Es un comentario en el que el participante aporta una idea, pero no explica como se podría desarrollar, como podrían dar las charlas los egresados, quién y cómo organizarían dichas charlas, etc. Aun así, la propuesta ha tenido mucha respuesta por parte de los usuarios. Esto puede ser debido a que la palabra “éxito” en el título pueda llamar poderosamente la atención entre los usuarios de la UNED, que como se ha comentado anteriormente, son mayoritariamente alumnos. También ayuda a ello que es una idea muy breve, que se lee rápidamente.

**Título de la propuesta:** “Biblioteca de experiencias de éxito en la UNED”

**Descripción de la propuesta:**

Esta es una propuesta que solicita la creación de una biblioteca con casos de éxito que sean muy representativos. Como es algo difícil de comprender el autor de la idea pone un ejemplo de una asignatura en la que se hizo algo parecido:

*Por ejemplo, en el Máster TIC-ETL se gestó una asignatura llamada Enseñanza de Lenguas en Mundos Virtuales: Second Life. La particularidad de esta, además de lo atractivo del programa fue el hecho de que todos los participantes elaboraron y compartieron un portafolio con toda la experiencia que vivieron en el proceso de aprendizaje. Tanto desde el punto de vista de la recordación que tuvo la asignatura para todos, como por el intercambio de opiniones a través de una plataforma que permite transmitir voz, imágenes e interacción con muy pocos recursos.*

El participante también aporta un enlace a una página web que muestra y aporta imágenes y enlaces con documentos sobre la idea.

El enlace es el siguiente:

<http://unedsecondlife.pbworks.com/w/page/93655925/FrontPage>

**Valoración de la propuesta:**

Este es un caso similar a lo que sucedía en una idea que ya se ha analizado de la subcategoría Actividades, ya que es una idea que está bien argumentada, en la que el participante aporta documentación, enlaces a videos, imágenes, etc. pero esto no hace que sea más seguida por los participantes, de hecho, esta idea ha sido la que menor seguimiento ha obtenido, ya que solamente cuenta con un comentario de respuesta.

Finalmente, con lo que se ha comentado y analizado en esta subcategoría, y analizando lo sucedido en las tres ideas anteriores, se pueden sacar unas conclusiones parecidas a las ya comentadas en la subcategoría de Actividades.

La primera idea es un pensamiento que está bien argumentado, con una introducción, desarrollo, proposición de idea y conclusión, y además es una idea atractiva para los

participantes, lo que hace que sea muy seguida y que tenga comentarios argumentados, que no se limitan únicamente a valorarla positivamente y a agradecerla.

En el caso de la segunda idea, nos encontramos con una intervención que no tiene un gran argumento, ni una gran exposición, pero que, a mi juicio, es llamativa porque habla del éxito que han tenido alumnos que han estudiado en la UNED.

La tercera idea habla de un tema muy interesante, pero ha sido la menos votada y comentada de toda la subcategoría. Esto puede ser debido a que, a priori, cuando los usuarios de la comunidad leen el título, les puede parecer complejo, o poco útil, y no se adentran en toda la descripción de la idea, que es donde se ve lo que el participante propone. En este caso, y siempre desde nuestro punto de vista, pensamos que el autor no ha sabido transmitir en el título de la idea lo que después ha desarrollado óptimamente en su interior.

### ***Subcategoría Evaluación***

En el siguiente subapartado se analizarán las aportaciones de ideas más destacadas de la subcategoría evaluación.

A continuación, se expone una tabla con todos los indicadores de las propuestas de ideas que se obtienen de la Subcategoría Evaluación.

Categoría de la propuesta de idea	Número de comentarios de la propuesta de idea	Porcentaje
<i>Propuesta: Opiniones, juicios o valoraciones</i>	15	19%
<i>Aportación sin concretar</i>	15	19%
<i>Aportación concretada sin desarrollar</i>	17	21%
<i>Aportación concretada con desarrollo</i>	24	30%
<i>Aportación concretada documentada con material</i>	9	11%
<i>Total</i>	80	100%

Tabla 23: Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Evaluación



Como podemos ver en la tabla, en esta categoría, el porcentaje que hay entre comentarios del tipo: propuesta, opiniones, juicios o valoraciones, aportación sin concretar y aportación concretada sin desarrollar, suman el 59% de los comentarios, es decir, que la mayoría de las ideas son comentarios que no han sido muy desarrolladas, pero a diferencia con las subcategorías anteriores, este porcentaje es menor. Ahora es el 41% de los comentarios, los que hacen referencia a: aportaciones concretadas con desarrollo y aportaciones concretadas y documentadas con material, eso quiere decir que este tema es muy importante, y que preocupa a los participantes de la comunidad. El número de comentarios realizados por los participantes ha sido de ochenta, convirtiéndose de esta manera en la segunda subcategoría más comentada, lo que refleja que este tema les importa. A continuación, se mostrarán las ideas que se han encontrado más representativas en esta subcategoría.

**Título de la propuesta:** “Evaluación real de la docencia”

**Descripción de la propuesta:**

En esta participación el autor de la idea comienza explicando brevemente una experiencia que ha tenido:

*Empiezo con una confesión: esta es una espinita personal. Me explico. En la universidad española actual se evalúa, y mucho, y muy estrictamente, la investigación. La docencia, en cambio, se evalúa poco y mal. Como en los últimos años yo he dedicado muchas horas y energías a la docencia, y muchas menos a la investigación, mi curriculum se resiente, y con ello mis posibilidades de promoción, mi salario, hasta mi reputación profesional, etc. Vale, lo acepto: es una elección personal y estoy dispuesto a asumir el coste. Pero reconozco que me fastidia que a quienes han optado por dedicarse más a la investigación, la docencia se les evalúe exactamente igual que a mi: por mera antigüedad.*

Este participante es uno de los pocos usuarios de la comunidad que es profesor, y lo que solicita es que haya una valoración real de la docencia que imparte un profesor, explica que hay actualmente dos criterios para medir la calidad del trabajo de un profesor, uno de ellos es la investigación y otro de ellos es la docencia. En sus propias palabras:

*Lo explico un poco mejor: actualmente, en el sistema universitario español hay dos criterios para medir la calidad del trabajo del profesorado. La investigación, a través*

*de los llamados sexenios (que evalúan la producción a lo largo de seis años) y la docencia, con los llamados quinquenios (que hacen lo propio cada cinco años con las tareas docentes).*

Se queja de que la evaluación de la investigación es muy exhaustiva y exigente, ya que el CNEAI pide que se hayan publicado trabajos de investigación relevantes: en revistas o editoriales que cuenten con mecanismos de control de calidad (evaluación por pares, sobre todo) e indicadores de impacto (repercusiones sobre la comunidad científica, básicamente proporcionados por JCR, una organización con ánimo de lucro pero muy respetada).

También comenta que, para la evaluación del trabajo docente y la obtención del quinquenio, se les pide una firma del decano confirmando que desempeñaron bien su trabajo. Como él apunta:

*¿Qué se nos pide en cambio para la evaluación del quinquenio de docencia? NADA. ¿Nada? Perdón, sí, una firma del decano/a diciendo que hemos desempeñado debidamente nuestro trabajo de profesor/a en los últimos cinco años. ¿Cuántos de estos quinquenios han sido denegados? Ninguno que yo conozca.*

Al final comenta que la evaluación de la investigación es muy estricta y exigente y la docente todo lo contrario, de manera que lo que hacen los profesores (por la experiencia que él tiene) es gastar todas sus fuerzas y energías en investigar y no en prepararse las clases, lo que repercute finalmente en los alumnos.

*Es decir, que la evaluación de la investigación es muy estricta y la de la docencia, inexistente. ¿Qué hacen entonces los profesores más listos? Escuchar a los incentivos, y dedicar más tiempo y energías a ¡sorpresa! la investigación. ¿Y eso es malo? No, ni mucho menos, los niveles de reconocimiento y productividad de la universidad española llevan años subiendo, y recuperando un retraso importante. Los incentivos (cuando están bien diseñados) funcionan.*

*¿Hay algún inconveniente? Pues que se descuida la docencia. Y quien no la descuida es por pura vocación, o porque no sirve para investigar, o porque le disgusta todo este tinglado. ¿Algún perjudicado? Yo creo que sí: los profesores de perfil docente fuerte (que no ven reconocidos/valorados sus esfuerzos) y, nada indirectamente, los estudiantes.*

Para resolver este problema, propone métodos para evaluar la tarea docente, algo que dice que ya se está haciendo en algunas universidades:

- evaluación por pares (profesores de otras universidades, o de la propia).
- evaluación por expertos (IUED).
- evaluación de los estudiantes (que se hace, con cuestionarios de satisfacción).
- otros indicadores (publicaciones docentes, cursos impartidos y recibidos, premios, etc).

### **Valoración de la propuesta:**

Es una idea muy bien argumentada. Se ha rescatado porque es una idea representativa de un profesor, que intenta solucionar un problema que le afecta a él personalmente y en el que se ve perjudicado.

Empieza su comentario con una breve opinión de lo que le está sucediendo, luego desarrolla el problema y explica cuáles podrían ser las soluciones.

Está bien organizada, y bien justificada, pero esta idea ha sido una de las menos seguidas por el resto de la comunidad en esta subcategoría. Puede ser debido a que la mayoría de los participantes son alumnos y no se ven afectados a corto plazo por los problemas que tienen los profesores. La idea ha sido comentada por un alumno que, aun comentando que ve la idea desde la lejanía que tiene un alumno que no percibe los problemas que puedan tener los profesores, se puede sentir identificado con él, y entre ellos dos se ha establecido un diálogo, involucrándose ambos de manera positiva y eficiente en la construcción de dicha idea, ya que el participante que responde comenta experiencias.

El alumno en este caso responde:

*Creo que los alumnos deberíamos tener mayor protagonismo en la proposición y nombramiento de los profesores eméritos (nadie mejor que nosotros sabe quién se lo curra como docente). Los beneficios (multinivel) parecen obvios: la universidad conserva un activo valioso, el profesorado encuentra incentivos para hacer bien esa parte de su trabajo que resulta más sencillo descuidar y el alumno rentabiliza los costes de matrícula recibiendo a cambio una atención de calidad y reputada.*

Viendo la gran relevancia que tiene este tema y la poca implicación que ha tenido el grupo de la comunidad, creo que podría haber sido una buena opción destacar las ideas que provienen de un profesor, para que otros profesores hubieran tenido oportunidad de leerla y opinar sobre ella.

**Título de la propuesta:** “Evaluación: exámenes + investigación + comunicación oral”

**Descripción de la propuesta:**

El participante apunta que cualquier asignatura, ya sea de primer, intermedio o último curso de un Grado debería tener además un carácter de investigación para los alumnos. Da importancia también a los exámenes, aunque dice que luego prácticamente todo lo estudiado lo olvidan:

*Los exámenes están bien para que los alumnos se obliguen a estudiar el temario del curso, aunque... ¿qué valor real tiene un examen si luego van a olvidar la mayoría de contenidos estudiados con el objetivo de superarlo?*

Con lo que comenta que los alumnos, desde el primer curso, deberían familiarizarse con la metodología de investigación, ya no sólo de cara a un Máster o un Doctorado posterior al Grado, sino porque puede ser muy importante que sepan editar y publicar trabajos de investigación para su propio beneficio intelectual y para el beneficio, en este caso, de la entidad docente, educativa y formadora que los guía: la UNED.

También explica que la comunicación oral es muy importante, y que se deberían dar clases de técnicas básicas y esenciales para la comunicación oral, porque según él:

*El objetivo primordial de la enseñanza es el de que aprendan a expresar y defender sus conocimientos e ideas, poniéndolo en práctica, y de cara a su futura carrera profesional. Resulta poco productivo formar alumnos o futuros profesionales que carezcan de solvencia comunicativa oral en público. A veces, es una lástima que, por no saber expresarlo (sobre todo, con confianza y determinación), el conocimiento se difumine e incluso se extinga.*

### **Valoración de la propuesta:**

Esta idea ha sido la más comentada de todas, con cinco comentarios y cinco votos, los comentarios han sido de gran calidad ya que han construido sobre la idea. Los alumnos están de acuerdo con la opinión del participante que aporta la idea, ya que como exponen en las respuestas, es muy importante hoy en día la comunicación oral y la investigación, y es algo que no se fomenta como se debería en la universidad. Los alumnos se sienten identificados con la idea.

Finalmente, con los comentarios explicados en esta subcategoría se puede llegar a la conclusión de que si los participantes no se sienten identificados con la idea, no colaboran con ella. Esto es lo que ha ocurrido en el primer caso, que es una idea muy bien expuesta, pero que no ha tenido el seguimiento que se podría esperar de ella, al haber sido propuesta por un profesor y los alumnos tienen otros problemas que quieren solucionar, que pueden estar muy alejados de los que pueda tener un profesor, no ha sido seguida.

### ***Subcategoría Motivación y personalización***

En el siguiente subapartado se van a revisar las aportaciones de ideas más destacadas de la subcategoría motivación y personalización.

A continuación, como en los apartados anteriores, se va a mostrar una tabla con todos los indicadores de las propuestas de ideas que se obtienen de la Subcategoría Motivación y personalización.

Categoría de la propuesta de idea	Número de comentarios de la propuesta de idea	Porcentaje
<i>Propuesta: Opiniones, juicios o valoraciones</i>	6	17%

<i>Aportación sin concretar</i>	9	23%
<i>Aportación concretada sin desarrollar</i>	8	21%
<i>Aportación concretada con desarrollo</i>	7	18%
<i>Aportación concretada documentada con material</i>	8	21%
<i>Total</i>	38	100%

Tabla 24: Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Motivación y Personalización

Como podemos ver en la tabla, en esta categoría, el porcentaje que hay entre comentarios del tipo: propuesta, opiniones, juicios o valoraciones, aportación sin concretar y aportación concretada sin desarrollar, suman el 61% de los comentarios, es decir, también en esta categoría, la mayoría de los comentarios son pensamientos que no han sido muy desarrollados, pero también a diferencia con las subcategorías anteriores, este porcentaje es un poco menor. El 39% de los comentarios pertenecen a aportaciones concretadas con desarrollo y a aportaciones concretadas y documentadas con material, eso quiere decir que este tema les interesa a los participantes de la comunidad. Seguidamente se pasará a la revisión y comentario de las ideas que se han encontrado más representativas en esta subcategoría.

**Título de la propuesta:** “Profebots: tutores artificiales”

**Descripción de la propuesta:**

Con esta idea, el participante pretende desarrollar una aplicación con *tutores artificiales* mediante chatbots con la imagen y personalidad de cada profesor, que desde el móvil preguntarían la lección de las materias que el alumno está estudiando en la UNED. Sería una especie de Siri, que además te ofrecería un feedback conversacional de tus respuestas.

Estos profebots serían una especie de entrenadores intelectuales.

El participante que ha expuesto esta idea, invita a personas de distintos campos a participar en su idea, para desarrollarlo, como se advierte en este párrafo:

*\*Equipo: si el proyecto te interesa, estamos en proceso de desarrollo. Buscamos informáticos, psicólogos, educadores, lingüistas... Escríbenos y únete al equipo, como colaborador o para realizar tu TFG/TFM con nosotros.*

También deja un comentario de agradecimiento para los participantes que realizan comentarios y feedback:

*\*\*Agradecemos los 'Likes' pero sobretudo vuestros comentarios y feedback acerca de lo qué os gustaría encontrar en un servicio como Profebot. Seas profesor, tutor o alumno, ¡cuéntanoslo!*

### **Valoración de la propuesta:**

Es una propuesta que desde el punto de vista del desarrollo no es de gran calidad, ya que apenas comenta como se realizaría, tampoco los pasos que ya se han dado (si es que se han dado) en su puesta en marcha. Pero desde el punto de vista de la innovación, en nuestra opinión, es muy innovadora, ya que recoge varios aspectos que pueden ayudar a paliar lo que hace perder al alumno la motivación, que es en la educación a distancia, el sentirse solo en el camino del aprendizaje. También es muy interesante esta idea, porque hoy en día, se está hablando del pacto educativo, y se comenta que aunque en un futuro los trabajos en su mayoría son los que conllevan el aprendizaje en conocimientos STEM (*science, technology, engineering y mathematics*), también son importantes las materias humanísticas, y es lo que ha puesto de manifiesto este participante, porque para realizar el proyecto invita a todos los usuarios de la comunidad, y de distintas disciplinas a contribuir para realizarlo. La acogida de esta idea ha sido muy buena, ha sido la idea más votada y una de las más comentadas. Como en otras ocasiones, el título puede haber ayudado a que los usuarios leyeran la idea, ya que suena muy futurista.

**Título de la propuesta:** “QStream made in UNED”

### **Descripción de la propuesta:**

Este mensaje es una muestra de una aportación que hace un participante, aunque no puede ser considerada una idea, porque esto ya se está realizando.

Explica que QStream es una aplicación concebida para desarrollar cursos breves basados en una serie de preguntas tipo test que se remiten periódicamente mediante correo electrónico y de forma automática a los participantes en el curso.

Los participantes pueden responder a través de teléfonos móviles con lo QStream permite aprovechar todas las ventajas que ofrecen los dispositivos móviles. La aplicación reenvía las preguntas que han sido respondidas erróneamente hasta que el participante es capaz de responder de forma correcta a la pregunta en dos días diferentes. A partir de ese momento la pregunta le es retirada.

Ahora mismo la plataforma ha dejado de ser gratuita, y sabiendo que tenemos una legión de informáticos en formación, ¿por qué no desarrollar algo similar, incluso más ajustado a nuestras demandas, dentro de la misma UNED?

La idea es ofrecer a los estudiantes de informática varios TFG (trabajos fin de grado) en el curso 2016-17 para desarrollar una plataforma/app similar.

### **Valoración de la propuesta:**

Esta participación muestra un comentario de un participante que quiere descubrir a sus compañeros lo que se está utilizando hoy en día en universidades y empresas para mejorar la motivación del alumnado. Y solicita que la UNED haga una herramienta parecida. En realidad, no es una idea, es dar una información sobre un conocimiento que tiene y que quiere que se utilice en la UNED porque por la experiencia que él tiene, ha visto que ha resultado muy bueno para alumnos que la han utilizado. Lo que sucede en este caso, es que el participante desconoce que se ha estado utilizando QStream en la UNED, cuando la aplicación era gratuita.

Como se ha dicho en casos anteriores, el título del comentario es novedoso y distinto, y puede que muchos participantes desconocieran la palabra QStream y se hayan animado a leer la idea por ese motivo.

Ha sido una idea que ha tenido el reconocimiento de los participantes, al ser la segunda idea más votada y la más comentada, hay que resaltar que los comentarios son de agradecimiento por el conocimiento que ha aportado, puesto que había muchos usuarios que desconocían ese término.

Finalmente, de esta categoría se puede obtener la conclusión de que las ideas que aportan algún término novedoso, llaman la atención de los participantes.



También es importante, como refleja la segunda idea, que no solamente se siguen ideas, sino también comentarios que ayudan a mejorar el conocimiento sobre algo.

### ***Subcategoría Prospectiva y calidad***

En el siguiente subapartado se repasarán las aportaciones de ideas más destacadas de la subcategoría prospectiva y calidad.

A continuación, se mostrará la tabla con todos los indicadores de las propuestas de ideas que existen de la Subcategoría Prospectiva y calidad.

Categoría de la propuesta de idea	Número de comentarios de la propuesta de idea	Porcentaje
<i>Propuesta: Opiniones, juicios o valoraciones</i>	5	28%
<i>Aportación sin concretar</i>	4	21%
<i>Aportación concretada sin desarrollar</i>	4	21%
<i>Aportación concretada con desarrollo</i>	3	15%
<i>Aportación concretada documentada con material</i>	3	15%
<i>Total</i>	19	100%

Tabla 25: Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Prospectiva y calidad

Como observamos en la tabla, en esta categoría el porcentaje que hay entre comentarios del tipo: propuesta, opiniones, juicios o valoraciones, aportación sin concretar y aportación concretada sin desarrollar, suman el 70% de los comentarios, en este caso, la gran mayoría de las intervenciones, han sido opiniones, juicios o valoraciones. Esta es la subcategoría que más comentarios de este tipo tiene, lo que hace pensar que dentro de la categoría metodología, la prospectiva y calidad ha sido el tema que menos ha interesado a los participantes. Seguidamente se revisarán las ideas que se han encontrado más representativas en esta subcategoría.

**Título de la propuesta:** “El tercer profesor: La NeuroArquitectura”

**Descripción de la propuesta:**

La participante en un principio habla de la evolución de los procesos educativos, explica que durante mucho tiempo la escuela ha sido representada bajo la triste denominación de escuela industrial.

Explica que las nuevas escuelas requieren de una perspectiva diferente basada en la distribución del espacio y también en las dinámicas de poder en las que intervienen. Para contribuir a ello se debe repensar los espacios como un auténtico agente educativo y no como un mero espacio tridimensional.

Luego comienza a hablar de la Neuroarquitectura:

*La luz es un cuerpo con capacidad para permitir un correcto funcionamiento de nuestros sentidos. Es imprescindible que las escuelas del futuro tengan una orientación corregida, es decir, las horas en las que los aprendientes se encuentren en las aulas, serán las horas que coincidan con la mayor luz posible en ese lugar geográfico concreto.*

También habla de los materiales didácticos en los que estarían basados la oferta multimedia. Además ve necesario que desaparezca la pizarra tradicional como fuente de percepción única, ya que según ella hay que aprender a través de los sonidos, de las imágenes, los textos, la cultura creativa y la producción artística, incluso en grados de carácter científico puro.

Habla del concepto de universidad como comunidad, y se refiere a la pluralidad de estudiantes, asignaturas, perspectivas, culturas que pueden confluir en un mismo espacio, dando lugar a una calidad educativa.

Las relaciones humanas pueden ser de gran ayuda para compartir información, fabricar conocimiento y aportar distintas perspectivas en la acción educativa.

**Valoración de la propuesta:**

Según nuestra opinión, es una idea que está muy bien planteada, es algo curioso e innovador. Es cierto que también se está utilizando ya en algunas empresas. El problema

que se observa a esta aportación es que en un principio, sí que habla del tema que expone en el título, pero luego cuando finaliza, habla de la universidad como comunidad, tema que poco o nada tiene que ver con el tema que en un principio se había planteado, puede que esto haya influido en que esta participación apenas tenga comentarios de respuesta y votaciones.

También hay que tener en cuenta que la UNED es una universidad que se imparte a distancia, por lo que la orientación, diseño, etc, de las aulas, me parece en este caso un problema menor, y en nuestra opinión hay cosas más importantes que se podrían resolver.

### ***Subcategoría Prospectiva y calidad***

**Título de la propuesta:** “Modificación y mejora de ON50”

#### **Descripción de la propuesta:**

En esta propuesta de idea, el participante de la comunidad, en primer lugar, felicita a la UNED por la comunidad que ha creado para generar ideas.

Luego propone que en la próxima versión de ON50 se modifique el sistema de puntuación en la gamificación:

*Propongo que se concedan bastantes puntos a aquellas iniciativas que sean preseleccionadas y más aún a las que sean seleccionadas. Además, debieran concederse puntos a los proponentes cuyas ideas sean objeto de que otros usuarios elijan la opción de construir sobre ellas.*

El autor también ve problemas en que no se aprovechan todos los recursos que se ofrecen en la actualidad, entre ellas las herramientas online para trabajar de manera colaborativa.

*En este sentido, para dar la posibilidad de trabajar entre dos o más personas, se habilitaría la posibilidad de una especie de chat o mensajería interior para que dos personas (a las que se podrían sumar otras) pudieran comentar alguna idea que les ha parecido interesante y explotarla (también offline) para finalmente publicarla entre dos, tres o más autores.*

El usuario opina que la herramienta que posibilita “construir sobre otra idea” no tiene nada de colaborativo, porque cada uno aporta un elemento en ideas que se pierden unas y se olvidan otras al no haber un esquema “genealógico” de las mismas, perdiéndose al final la autoría.

El participante piensa que, si varias personas coinciden en una idea, podrían trabajarla en un borrador con chat y mensajería incluida para darla forma y publicarla en equipo, y eso sí que es colaboración en su opinión.

### **Valoración de la propuesta:**

Ha sido la idea más votada y comentada de toda la subcategoría, el comentario ha estimulado mucho a los participantes y ha habido contestaciones de todo tipo. Algunos de los participantes agradecen la aportación, otros participantes, dan más ideas que se podrían aportar a la comunidad si se volviera a organizar.

Esta idea ha tenido tanto seguimiento, se cree, porque son mejoras que bastantes de los participantes seguramente ya han pensado y se sienten identificados con lo que un compañero de comunidad ha expresado.

Pero hay que comentar que la propuesta no tiene mucho que ver con la subcategoría en la que se encuentra, debido a que se centra en posibles mejoras de la herramienta que da soporte a la comunidad de generación de ideas.

Finalmente y como comentaba en otras subcategorías, en ésta se puede llegar a la conclusión de que, si los participantes se sienten identificados con la idea, colaboran con ella, como ha ocurrido en la segunda intervención que ha contado con el seguimiento que se podría esperar de ella. En cambio, en la primera idea el seguimiento ha sido menor porque, en nuestra opinión, la estructura no era la adecuada y el contenido no reflejaba la idea que se pretendía explicar en el título.

### ***Subcategoría Soportes tecnológicos***

En este subapartado se analizarán las aportaciones de ideas más destacadas de la subcategoría soportes tecnológicos.

Seguidamente, se expone una tabla con todos los indicadores de las propuestas de ideas que encontramos de la Subcategoría Soportes tecnológicos.

Categoría de la propuesta de idea	Número de comentarios de la propuesta de idea	Porcentaje
<i>Propuesta: Opiniones, juicios o valoraciones</i>	17	23%
<i>Aportación sin concretar</i>	18	24%
<i>Aportación concretada sin desarrollar</i>	16	21%
<i>Aportación concretada con desarrollo</i>	8	12%
<i>Aportación concretada documentada con material</i>	15	20%
<i>Total</i>	74	100%

Tabla 26: Número de comentarios por categoría de idea dentro de la subcategoría Soportes Tecnológicos

Como se observa en la tabla, en esta categoría, el porcentaje que hay entre comentarios del tipo: propuesta, opiniones, juicios o valoraciones, aportación sin concretar y aportación concretada sin desarrollar, suman el 68% de los comentarios, es decir, que la mayoría de los comentarios son ideas que no han sido muy desarrolladas. A continuación se desarrollarán las ideas que se han encontrado más representativas en esta subcategoría.

**Título de la propuesta:** “La UNED en un solo clic: Empoderamiento de la oferta educativa y marketing de la UNED en un solo clic”

**Descripción de la propuesta:**

Se ha elegido esta propuesta de idea ya que es, en nuestro punto de vista, la idea que está mejor argumentada y documentada de toda la categoría Metodología, y por este motivo debe ser recogida y comentada.

El participante comienza con una introducción y expone que la UNED debe dar pasos de gigante para convertirse en un referente tecnológico indiscutible en el ámbito de la enseñanza superior española.

Según el participante, la UNED debe mejorar en su cercanía y en su acceso a toda la comunidad universitaria, pero especialmente a sus estudiantes, y tiene que buscar que una parte importante de sus servicios estén al alcance de un solo *click*.

El participante establece las siguientes líneas de actuación:

*I- Avances en la enseñanza universitaria incidiendo en las posibilidades que dan las tecnologías educativas digitales:*

En esta línea de actuación, el usuario pretende que la UNED mejore en los siguientes aspectos:

- a) Clases de los equipos docentes.
- b) Tutorías de los profesores tutores.
- c) Participación online de los estudiantes en las horas de atención de los equipos docentes.

En nuestra opinión, esto ya se está haciendo, pero siempre hay cabida para la mejora.

En segundo lugar el participante, cita la siguiente línea de actuación:

*II- Vinculación efectiva y real en las redes sociales. Es necesario crear la figura de un enlace de nuestra universidad con las distintas comunidades virtuales.*

Esta idea se consolida como muy interesante, ya que es algo que pensamos que hacía falta en la comunidad Horizonte UNED 50.

Y por último argumenta la tercera y última línea de actuación sobre la que pretende ayudar a la UNED.

*III- Vinculación de la matriculación con los libros digitales, con unas tasas públicas atractivas y sociales que aseguren tanto la sostenibilidad de la universidad como la potenciación en la atención a todos los estudiantes.*

Este tema también es fundamental porque habla del aspecto económico, aspecto que como se ha mostrado en ideas anteriores preocupa mucho a los alumnos de la UNED.

Seguidamente el usuario desarrolla las tres líneas de actuación.

En primer lugar, y referente a la primera línea de actuación, el participante muestra algo que es intrínseco a la UNED, que es la diversidad de los alumnos que hay en ella, visto desde todos los ángulos, desde la perspectiva geográfica, ya que hay estudiantes en todo el mundo, también desde el punto de vista económico, ya que no todos tienen los mismos recursos, y por último desde el punto de vista familiar y social, ya que los hay que tienen una situación familiar muy distinta a la que puedan tener otros, así lo expone él en su idea.

*Los estudiantes matriculados en la UNED viven diferentes experiencias y adaptaciones en sus estudios y esto hace que nuestras vivencias académicas sean múltiples pero a la vez individuales, personales e intransferibles. Algunos no necesitan acudir a los Centros Asociados, otros no pueden asistir a las tutorías por motivos de distinta índole: trabajo, familiares, la lejanía desde su domicilio, etc.*

Según el autor, estas múltiples circunstancias hacen que esta universidad sea tremendamente compleja y se creen realidades tan dispares como lo son cada uno de los componentes de la UNED.

Nosotros creemos que esto es lo que hace realmente especial a la UNED, y en tanto que es especial, se tienen que tomar medidas de mejora también diferentes.

El autor de la idea expone que cuando se realizan las matrículas, los estudiantes desconocen, en muchos casos, los horarios de sus tutorías, (si éstas serán presenciales en su Centro Asociado o visionadas a través de web conferencia desde el Campus correspondiente) y que hay continuos cambios posteriores que alteran la planificación realizada a comienzo de cada curso.

También se queja de que muy pocas veces esta clase queda grabada y además las guías de las asignaturas no son lo suficientemente claras ni extensas para orientar a los estudiantes.

En este punto coincidimos con él, ya que la orientación inicial de un potencial alumno es muy importante, y como se ha argumentado cada alumno es único y tiene unas circunstancias vitales personales y exclusivas.

En cuanto al tema de las grabaciones de las clases ha habido bastantes comentarios, ya que los participantes opinan que cuando las hay, sólo se vinculan a la labor de los tutores. Hay profesores tutores que emiten sus clases exclusivamente en directo, otros que sí graban, pero solo para su Centro Asociado y/o Campus y el resto simplemente dan su clase para los estudiantes asistentes, y esto ha sido solicitado por muchos alumnos de la UNED.

Según el participante:

*Esto crea unos desajustes y unas desigualdades insoportables entre los estudiantes de la UNED que, además, generan un profundo malestar en la comunidad estudiantil ya que a la hora de pagar las tasas públicas, todos somos semejantes.*

El participante muestra conocimientos de cómo se distribuye el presupuesto en al UNED al exponer que:

*En la actualidad la atención tutorial depende, esencialmente, del presupuesto del Centro Asociado, resultando capital la aportación nominativa de su gobierno autonómico, de su diputación provincial o foral o de las entidades locales.*

Cita también un problema que ha sido comentado por más participantes, que es la indefinición de la función del tutor en su ejercicio docente, que se ve todavía más distorsionada cuando profesores de la sede central la ejercen en los distintos Centros Asociados, principalmente en los de Madrid. Según lo que comenta el usuario:

*Aquí es donde se dispara la divergencia entre los servicios recibidos por cada estudiante universitario. Toda esta realidad es todavía más sangrante con los estudiantes en países extranjeros, donde viven con un huso horario local incompatible con el peninsular.*

El usuario muestra un poco de desánimo, al pensar que habrá parte del profesorado que podría estar reticente a estos cambios:

*Todo lo expuesto, supone un importante esfuerzo a la comunidad docente y a los profesores tutores de la UNED y además estoy convencido que una parte del profesorado será reticente a su implantación.*



El autor de la idea utiliza el Real Decreto que establece la libertad de cátedra del profesorado, pero por otra parte solicita su adaptación a las nuevas metodologías digitales, algo que en nuestra opinión, consideramos imprescindible hoy en día. Por otro lado continua incidiendo en que los equipos docentes de la sede central deberían tener grabadas las clases de sus asignaturas de la forma que consideren más adecuada, y éstas podrían quedar registradas en los cursos virtuales y su visualización solo podría ser efectiva, previa identificación por parte de los estudiantes matriculados.

El autor pretende exponer que en todos y cada uno de los grados de la UNED, con sus correspondientes profesores, deberían actuar de la misma manera, para evitar desventajas y desigualdades entre estudiantes de un mismo grado en sitios distintos o con profesores diferentes.

En palabras del autor de la idea, que busca la igualdad en el alumnado:

*De esta manera dará igual el horario laboral, el Centro Asociado, el país desde donde se estudia, las obligaciones familiares, etc. Todos los estudiantes de la UNED seremos iguales.*

El participante propone como línea de trabajo que al menos un día al mes dentro de las horas de atención a los estudiantes y dentro del horario establecido al efecto de los equipos docentes se vincule a una asistencia on-line de todos los actores implicados. Pensamos que esto sería factible, y de hecho como comentaba anteriormente, se tiene constancia de que en algunas carreras ya se hace. Hoy resulta muy sencillo por cualquier canal de comunicación digital que los docentes puedan participar en una comunicación con los estudiantes de su asignatura desde cualquier parte del país o del mundo.

El participante a continuación comienza a explicar la segunda línea de actuación, y hace más hincapié en la implosión de internet y de las nuevas formas digitales de comunicación, que exigen nuevos esfuerzos y apuestas a la UNED.

El autor piensa que el colapso en los cauces habituales de comunicación habilitados por la universidad ha ido dando lugar a la creación de comunidades virtuales de la universidad que aprovechan las diferentes redes sociales: Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest, WhatsApp, LinkedIn, etc.

Lo cual se perfila como muy interesante, porque es algo que hemos vivido en primera persona con alguna asignatura del Máster que estamos cursando, y que se expondrá el último punto de este TFM. Hablamos de la “emigración” que hace parte del alumnado que comparte una asignatura, hacia otras redes sociales, para comunicarse de manera más sencilla y para poder aprovechar las potencialidades que tienen estas redes sociales, por ejemplo Slack, servicio de mensajería que se podría incorporar en una comunidad de inteligencia colectiva para mejorar el rendimiento del trabajo en equipo. Convirtiéndose en el lugar donde se pueden plantear todo tipo de dudas no resueltas, problemas y quejas no atendidas, sugerencias no tenidas en cuenta, solicitudes de informaciones continuas, rincón para compartir documentos, etc.

Como explica el alumno:

*Así, han ido apareciendo comunidades gigantescas como: Alumnos de la UNED, Cafetería UNED-Recursos gratuitos, Mejoremos la UNED, Movimiento de estudiantes para mejorar la UNED, etc. donde el número de miembros se acercan o superan los diez mil perfiles u otras entidades más pequeñas, con cientos de nombres de toda índole -donde el común denominador es la palabra “UNED”- vinculadas a facultades, asignaturas, centros asociados, etc.*

Así propone la creación de una nueva figura en la universidad, para mejorar y dinamizar los aspectos que se están comentando. Esta figura debe dar respuestas inmediatas, claras y modernas, acorde con la nueva realidad digital que vive la sociedad, en los distintos foros y redes sociales del mundo virtual existentes. Para el participante, esta persona tendría que ser un gran conocedor de la UNED, del mundo universitario, y debería contar con el apoyo del Rector y del Consejo de Gobierno de la UNED. En nuestra opinión, esta figura podría ser algo muy positivo para la UNED, pero encontramos ciertos problemas, ya que debería tener un perfil técnico y abarcar muchos conocimientos, podría ser interesante, si esta figura, no fuera tal, y sí que fuera un equipo de trabajo técnico en el que hubiera varias personas implicadas cada uno experto en un área del conocimiento digital.

Por último, comenta la tercera línea de actuación y como justificación, el autor arroja varios datos:

*Según el Informe elaborado por el Observatorio de la Lectura y el Libro de la Secretaría de Estado de Cultura en marzo de 2014(1), el 52,7% de la población española mayor de 14 años lee en formato digital. La lectura en tabletas, smartphones portátiles y videoconsolas no ha dejado de aumentar en los tres últimos años y peso del libro digital sobre el total de la edición alcanza ya un 25%.*

El participante piensa que unir la matriculación y la venta de libros digitales a un precio asequible y real traería consigo innumerables ventajas tanto para la UNED, como para sus autores y por supuesto a sus estudiantes.

Por un lado, se evitaría el considerable descenso de la venta de libros de cada año y a la vez, se conseguirían los siguientes objetivos:

*→reducir drásticamente el precio de las unidades didácticas que en algunos casos bochornosos la bibliografía básica alcanza los 100€ en asignaturas cuatrimestrales obligatorias-*

*→fidelizar la matrícula; solucionar el caos que viven los estudiantes en el extranjero ya que en ocasiones reciben sus libros con dos meses de tardanza y con un encarecimiento desproporcionado-*

*→adaptar a la vez la accesibilidad de los libros a los estudiantes con discapacidad y convertirnos en un referente de modernidad tecnológica.*

En parte, estamos de acuerdo con esta propuesta, ya que los libros digitales interactivos creados por los equipos docentes para ordenadores pueden llegar a ser una herramienta del aprendizaje muy buena para el alumno, ya que puedes tener la documentación en cualquier momento y lugar. Pero, por otra parte, comprendemos que la carga de trabajo para el profesor que tiene que confeccionar este material, sería altísima, y la carga de trabajo que tienen los profesores ya de por sí, es elevada.

### **Valoración de la propuesta:**

El autor toca todos los temas que preocupan a los alumnos de la UNED, ha utilizado Reales Decretos y bibliografía para defenderlos, y da ideas (algunas de ellas novedosas, otras no), para mejorar y solucionar aquello de lo que él dice que adolece la UNED.

Pero es muy importante destacar que no es cierto que en la actualidad la atención tutorial depende, esencialmente, del presupuesto del Centro Asociado, resultando capital la aportación nominativa de su gobierno autonómico, de su diputación provincial o foral o de las entidades locales. Aquí se demuestra, que no siempre la información con la que cuenta el alumnado es cierta, ya que, la UNED desde el punto de vista de la financiación de los Centros, hace la misma aportación económica a todos los Centros (el 40% de las tasas de matrícula que pagan los estudiantes matriculados en el Centro). El presupuesto se completa con las aportaciones de las instituciones que forman parte de los Patronatos de los Centros. En este punto la situación varía enormemente. Eso no lo hace la UNED, ya que la UNED siempre aporta lo mismo, viene debido a que las instituciones locales aportan cantidades muy diferentes. Aun con fallos en la información que se ha aportado, esta idea recibió los premios a las categorías de Mejor Idea e Idea más votada por su propuesta, se considera una participación comprometida, es la idea más comentada, pero no todos los que votan la idea la comentan. Esto, desde nuestro punto de vista, puede ser debido a que la idea la han visto tan desarrollada que poco pueden aportar. También podría darse el caso, de que votaran por el título, lean una parte de la idea, pero no toda la idea, que es lo que realmente muestra la calidad y la amplitud del tema que está desarrollando el autor.

Es cierto que, si la idea ha sido la más votada, ha sido vista por los demás participantes, pero para que estas ideas tan bien desarrolladas sean vistas por más participantes aun, podría haber sido positivo que algún experto la ponga con alguna etiqueta especial. En este caso ha sido así, se le puso la etiqueta de pre-seleccionada, porque cumplió todo el ciclo de vida que podía tener una idea en la comunidad, pero es cierto que esto ha sucedido con otras muchas buenas ideas, y hay muchas que merecen la pena ser vistas por los participantes y se han quedado sin visualizar.

**Título de la propuesta:** “Realidad aumentada en la UNED”

**Descripción de la propuesta:**

Con esta idea, el participante quiere mostrar toda la potencialidad que tiene la realidad aumentada, por lo que argumenta que sería muy beneficioso para la UNED crear un programa de recursos educativos potenciados con realidad aumentada, que combinara señales del mundo físico, como apuntes, manuales, guías de estudio, con recursos digitales, como vídeo, audio o 3D.

El autor explica, a su vez, lo que es la realidad aumentada, y como se puede llevar a cabo. Se considera la realidad aumentada como algo relativamente novedoso, ya que se lleva trabajando con ella bastantes años, y es algo que normalmente requiere de mucha potencia de computación, y de zonas de trabajo con una iluminación ideal, de manera que aunar ambas situaciones hacen complicado el desarrollo de esta tecnología. Es cierto que, como dice el autor, esto se puede hacer mediante tablets, teléfonos móviles, portátiles, etc. y que, con la ayuda de la tecnología, la información sobre el mundo real que rodea al usuario se convierte en interactiva y digital. Pero la duda que se tiene es el cómo implementar la realidad aumentada en la preparación de recursos para el alumno.

El autor de la idea, comenta que no es tan caro como parece, pero que puede haber al principio reticencia al aplicarlo:

*Como todo lo nuevo al inicio puede crear cierta resistencia o rechazo ante su desconocimiento. No es tan caro desarrollar esta tecnología en la universidad y además no sólo se puede aplicar a los manuales sino a cualquier ámbito de la universidad, página web, guías de estudio, ALFS, etc.*

Comenta a continuación los elementos que serían indispensables para poder aplicar la realidad aumentada:

- *Monitor: instrumento donde se verá reflejado la suma de lo real y lo virtual que conforman la realidad aumentada.*
- *WebCam: dispositivo que toma la información del mundo real y la transmite al software de realidad aumentada.*
- *Software: programa que toma los datos reales y los transforma en realidad aumentada.*
- *Marcadores: los marcadores básicamente son hojas de papel con símbolos que el software interpreta y de acuerdo a un marcador específico realiza una respuesta específica.*

Finalmente, explica los beneficios que podría tener la realidad aumentada. Él comenta que no es necesario ser un experto para comprender el funcionamiento de las aplicaciones, en este punto discrepamos ya que sí que hace falta un nivel técnico medio para poder comprender lo que subyace.

Otro beneficio que ve el autor de la idea es integrar ejercicios en donde el alumno/a pudiese explorar dichos objetos desde todas las perspectivas posibles.

*Por ejemplo, en principios básicos de anatomía, en artefactos de ingeniería o en obras de arte que pudiésemos ver desde diferentes ángulos.*

Este aspecto, en nuestra opinión, es el beneficio más importante, ya que se puede ver todo desde todos los ángulos, y mejora mucho el aprendizaje de los alumnos en ciertas materias. Con esta estrategia se conseguirá hacer que aquella información que hasta entonces podía resultar demasiado abstracta para que el alumno, pueda convertirse en dinámica, interesante y clarificadora.

### **Valoración de la propuesta:**

Consideramos que se trata de idea interesante, tiene una estructura organizada, ya que parte de una introducción, una descripción, explica los elementos que son necesarios para llevarse a cabo, y finalmente los beneficios que puede tener utilizarlo.

Es una de las ideas que más ha llamado la atención de los usuarios de esta subcategoría, ya que ha sido muy votada y comentada. Como se ha desarrollado anteriormente, pensamos que es debido a que lo nuevo, lo actual, llama mucho la atención en los participantes, y hace que se impliquen en las ideas. También se destaca que algunas de las contestaciones de los participantes son de gran calidad, pero otras, en cambio, se limitan a dar las gracias por la idea aportada.

Finalmente, las conclusiones que se obtienen a partir de esta subcategoría, son parecidas a las que ya se han comentado en otras conclusiones anteriormente explicadas. Lo que se puede observar en la primera idea, es que, como se ha dicho antes, se supone la más desarrollada, estructurada, y que más información da al respecto, aun siendo la más votada y una de las más vistas, no ha tenido toda la visualización por parte de los participantes que se podría esperar de una idea de tanta calidad tuviera, sí que la ha tenido de los expertos. Pensamos que el título es un buen reclamo, para que los participantes lean esa idea, quizá poniendo un título más llamativo podría haber sido visualizada por todavía más participantes. Con respecto a la primera idea también se puede observar que una idea bien estructurada, organizada y argumentada y que muestra problemas comunes a todos los alumnos de la UNED, suele ser bien valorada por el resto de compañeros.

La conclusión que se extrae de la segunda idea, y que también es algo que se ha analizado sobre ideas aportadas por otros participantes, es que cuando en el título hay algún término novedoso, que no han escuchado nunca, o que, aun habiéndolo escuchado, desconocen algún término sobre lo que se está hablando, sienten la necesidad de leerla. Una vez leída, depende, de cómo se haya estructurado y organizado, y de la manera en la que se ha redactado para que se produzca un “enganche” por parte del lector y se implique comentándola.

Inmediatamente se va a explicar el impacto que han tenido las aportaciones, las que recibieron más interacciones y la valoración que han realizado los participantes en cuanto a las votaciones que han hecho.

#### **6.2.4.2 Impacto de las aportaciones**

##### **6.2.4.2.1 Aportaciones que recibieron más interacciones**

**Título de la propuesta:** *“‘Nanogrados con empresas españolas’, más comentada y premio mención especial”*

**Descripción de la propuesta:**

Esta es una de las ideas más comentadas y premio mención especial.

La categoría en la que se encuentra esta idea se llama: “Internacionalización. Nanogrados Compartidos UE”, esta categoría ha sido analizada en este trabajo, pero se ha destacado esta empresa por que ha ganado el premio a la mención especial.

Esta idea ha obtenido diecisiete votaciones y veinte comentarios.

Esta categoría tuvo cinco propuestas de ideas, y dichas ideas tuvieron de media unas siete votaciones y unos seis comentarios cada una.

EL participante quiere con esta idea explicar cómo y dónde se podrían aplicar los nanogrados. Nos ofrece en primer lugar una explicación del término nanogrado, puesto que no es un término lo suficientemente conocido.

Los nanogrados son cursos de formación especializada, basados usualmente en los MOOCs ya desarrollados para satisfacer necesidades de formación tecnológica de las empresas. Comenta que existe una alianza que se llama La Open Education Alliance (OEA) y está formada por empresas y entidades educativas para dar servicio a estudiantes de todo el mundo, y que se centra en el campo de la tecnología.

Posteriormente propone que la UNED se convierta en el suministrador principal de Nanogrados en español para la Open Education Alliance (OEA), colaborando con empresas españolas.

Y hace algo que es muy importante en la comunidad, consistente en animar a la gente a que comenten y construyan sobre su idea, porque como él expone, si no se hace así, los comentarios no tienen sentido:

*A mí me gustaría que, al menos en mis ideas, no solo se diera un "Me gusta", sino que se ayudara a completarla aportando nuevas ideas en los comentarios, pues creo que la herramienta debiera funcionar así. Si no, los comentarios pueden no tener mucho sentido y así creo que debiera recogerse en nuevas versiones de ON50.*

### **Valoración de la propuesta:**

Esta es una propuesta que hace un participante, parte de algo que se está haciendo, y que él quiere que la UNED sea la principal responsable y suministradora de ello, y eso es muy importante, de ahí el reconocimiento de la misma. Hay que recordar que uno de los mayores impulsores de los nanogrados es Udacity, que encontró el éxito ofreciendo con esta denominación credenciales profesionales gracias a las habilidades técnicas que adquiriría una persona. Es lo que se llama "learning by doing", matizando, el learning by doing, es una metodología que se basa en aprender haciendo, esto tiene que ver con el enfoque que propone el participante de los nanogrados, pero no es lo mismo.

Hay empresas que se están postulando como órganos que ofertan este tipo de nanogrados, en un proceso de conversión hacia organización educativa, la UNED no debe quedarse parada, y como dice el impulsor de la idea, debe vincularse en parte a la Open Education Alliance, ofreciendo nanogrados.

Suponemos que ésta ha sido una idea muy comentada por dos motivos, uno de ellos es que como muestran algunos de los comentarios con los que han respondido algunos participantes, este término lo desconocían y han agradecido que el participante haya realizado un comentario sobre ello. El segundo motivo es porque los comentarios que respondían a esta idea, algunos de ellos mostraban el "desconcierto" que supone que muchas empresas tecnológicas estén avanzando hacia organizaciones educativas, con



todo lo que esto puede suponer. Este es un tema importante en la actualidad, ya que hay algunas empresas o consorcios que están utilizando cursos gratuitos on line para el reciclaje profesional y completar así la formación reglada presencial. Esto es así porque las mismas empresas, valoran cada vez más el saber hacer, no el número de títulos que tiene un potencial empleado. Por lo que actualmente el monopolio que tiene la universidad para dar títulos o credenciales para el ejercicio de una profesión podría cuestionarse y peligrar. Si vamos un poco atrás en la historia, podríamos ver que estos cursos nacieron en instituciones académicas de prestigio como Stanford, Harvard o el Instituto Tecnológico de Massachussetts (MIT) como un instrumento de aprendizaje colaborativo, pero en aproximadamente 5 años ha revolucionado el modelo educativo. Los responsables de las empresas que realizan ofertas de empleo, comentan que en los últimos años las personas querían atesorar gran número de másteres, títulos, etc. pero que ahora lo que más demandan las empresas es que las personas sepan hacer lo que se les pide.

#### **6.2.4.2.2 Valoración de los participantes a través de votaciones**

**Título de la propuesta:** “Guarderías por y para la igualdad”

##### **Descripción de la propuesta:**

Esta ha sido una de las ideas más votadas de toda la comunidad.

Todos conocen la especial casuística de los estudiantes de la UNED. La mayoría de ellos responden a un perfil de alumno que compagina sus estudios con la familia y el trabajo, lo que dificulta mucho el estudio.

Con lo que el estudiante de la UNED que ha propuesto la idea ha querido lanzar una propuesta que ayude a este sector del estudiantado (tanto hombres como mujeres) y a la comunidad universitaria en general.

Su idea ha sido la de crear ludotecas en los Centros Asociados con un carácter totalmente social y en la que se podrían desempeñar las prácticas curriculares.

Plantea hacer un estudio para ver en qué Centros Asociados puede ser factible, viable y además se constate que hay una demanda de esta necesidad, para que pueda ofrecerse

al colectivo estudiantil una ludoteca para sus hijos, es decir, que no se convierta en una obligación.

El participante que ha propuesto la idea es un alumno, y argumenta su idea por dos motivos:

*1.- Que todos los estudiantes de un Centro Asociado tengan acceso en igualdad de condiciones a las tutorías, al tiempo de estudio, a la realización de sus actividades y a las pruebas presenciales.*

*2.- Que la UNED pueda ofrecer a los estudiantes del futuro Grado de Educación Infantil las prácticas curriculares obligatorias en su Centro Asociado, contando siempre, claro está, con un profesional que velará por la calidad y profesionalidad de dichas prácticas.*

Esta idea parte de una situación previa, que se encuentra en contraposición con las condiciones ideales para poder estudiar.

Comenta algo que sufren muchos estudiantes de la UNED, que reside en que los estudiantes con hijos pequeños tienen grandes problemas para poder acceder a la vida académica y universitaria de sus Centros, así como para poder llevar al día las Pruebas de Evaluación exigidas para la superación de las asignaturas. Esta conciliación deja en un segundo plano otras necesidades y actividades, entre ellas las académicas, y así las madres y padres se ven obligados a tener que estudiar solos, desde sus casas y en horarios complicados.

A continuación, expone su proyecto que se basa en que desde la Junta Rectora se plantee como una verdadera necesidad, que el Gobierno Autonómico o Local ayude a su implantación, que se acondicionen sitios físicos para que se pueden instalar las ludotecas en los Centros Asociados y que el funcionamiento de la ludoteca esté regulado por un Reglamento.

### **Valoración de la propuesta:**

Esta es una de las participaciones más votadas, ya que como se puede comprobar, muchos alumnos tienen hijos y encuentran muchas dificultades a la hora de compaginar su vida familiar con su vida como estudiante. La idea está muy bien planteada, porque

recoge todos los pasos que se deberían dar para poder atajar este problema. La solución, como bien dice, es factible, pero complicada. Esta idea como bastantes de las comentadas y analizadas anteriormente resumen los problemas con los que se encuentran muchos de los estudiantes de la UNED. De esta manera los mismos estudiantes muestran mayor implicación en las ideas que ven más próximas a ellos y su situación personal.

### **6.2.5 Análisis del funcionamiento de la gamificación.**

Como se ha comentado anteriormente, en esta comunidad se otorgaban varios premios, dos de ellos afectan directamente a la participación, ya que se ganan bien con mucha puntuación o con un número muy alto de votos en la participación. Los premios económicos eran dos, el premio a la participación y el premio a la idea más votada.

Al final, que un participante quiera ganar el premio económico, que consistía en 1000€, puede repercutir en que se haga un uso “fraudulento” del sistema de gamificación para intentar ganarlo.

Ejemplos de esta situación encontramos bastantes y se van a repasar algunos de ellos a continuación.

#### **6.2.5.1 Actitudes y comportamientos oportunistas**

Es cierto que la mayoría de los participantes han competido con juego limpio, pero han sido la mayoría, no todos. A continuación se van a analizar varios ejemplos de comentarios que buscan sólo ganar la competición y que podemos encuadrar en dos categorías.

El primer tipo de comentarios busca ganar puntos con intervenciones, pero no aportan nada, estos comentarios son principalmente de un participante, y muestran que su finalidad no es otra que la de ganar el premio a la participación, que se lograba con una mayor puntuación. Y los puntos se obtenían entre otras maneras, realizando muchos comentarios. A continuación, voy a exponer algunos de estos mensajes.

*Buena idea!*

*Gran idea!*

*Felicidades!*

*Interesantes reflexiones ...*

Esta es una pequeña muestra, pero hay muchos más y todos parecidos, no aportan nada a la idea original, y buscan única y exclusivamente, sumar puntos por los comentarios aportados.

De todas las manifestaciones de esta categoría entre comentarios del tipo “Aclaración”, “Halago” y “Anuncio” hay 94 comentarios que corresponden a los comentarios del tipo anterior. Lo que supone el 4,09% del total de los mensajes. En algún caso se ha observado que estos comentarios han sido realizados para ganar puntos, con el sistema actual de gamificación.

El segundo tipo de comentarios busca ganar el premio a la idea más votada, y lógicamente, esta se gana por las votaciones que hacen los demás participantes a la idea que un participante ha desarrollado. De esta manera lo que hacían algunos alumnos era realizar comentarios en otras intervenciones, comentarios que no aportaban nada, pero seguidamente promocionaban su idea. Mensajes como los que rezan a continuación:

*Podría combinar muy bien con mi idea de editorial online!!*

*Buena idea para mejorar aún más las asignaturas, tienes mi voto. Puedes ver mi idea en <https://horizonteuned50.uned.es/ideas/881-realidad-aumentad--a-en-la-uned>. Te agradecería su difusión. Un saludo.*

*En este sentido te invito a ver la idea:*

*<https://horizonteuned50.uned.es/ideas/70-realizar-material--docente-modular-mini-videos-y-mini-libros>*

*Una idea muy buena, tienes mi voto. Si quieres ver mi idea <https://horizonteuned50.uned.es/ideas/881-realidad-aumentad--a-en-la-uned>. Te agradecería su difusión entre tus contactos.*

*Das en el clavo. Me quedo con estas dos ideas:*

- videos tendrían una corta duración, a lo que solemos llamar "ir al grano",*
- De esta forma si sería satisfactorio dedicar la tutoría únicamente a la propuesta de dudas concretas surgidas en el estudio.*

*En esa línea te invito a ver mi idea:*

*<https://horizonteuned50.uned.es/ideas/70-realizar-material--docente-modular-mini-videos-y-mini-libros>*

*Tienes toda la razón y además apuntas la solución: formato mini.*

*Te invito a conocer nuestra idea que va en esa línea:*

*<https://horizonteuned50.uned.es/ideas/70-realizar-material--docente-modular-mini-videos-y-mini-libros>*

*Me quedo con:*

*- los profesores se limitan a leer y leer ...*

*- vídeos colgados en YouTube de la universidad Miguel Hernández de Alicante.*

*- uned Baleares se graban casi todas las clases y algunas son bastante buenas, incluso alguna "engancha".*

*Por otra parte, me gustaría animarte a conocer mi idea:*

*<https://horizonteuned50.uned.es/ideas/70-realizar-material--docente-modular-mini-videos-y-mini-libros>*

Ambos tipos de comentarios son indeseables y deberían de ser evitados por la propia comunidad, ya que pueden conllevar que otros participantes no se impliquen en ideas de calidad, debido a que intervinientes como los que se acaban de comentar hayan escrito contestaciones de este tipo en las ideas.

## **7. Conclusiones**

Como se ha descrito en apartados anteriores, se ha analizado únicamente la categoría "Metodología" con todas sus subcategorías: "Contenidos", "Cooperación", "Actividades", "Evaluación", "Motivación y personalización", "Prospectiva y Calidad" y "Soportes Tecnológicos". Se ha elegido esta categoría porque los participantes se han involucrado más en ella, es un tema que les motiva, han proporcionado un mayor número de ideas y están más comprometidos a buscar soluciones a los problemas que se han encontrado como participantes activos de la comunidad de la UNED.

De los resultados obtenidos del análisis cualitativo y cuantitativo realizado y mostrado en el apartado anterior, se pueden sacar varias conclusiones, las cuales se van a enumerar para posteriormente explicarlas detenidamente.

En el apartado dedicado a las conclusiones obtenidas del análisis cuantitativo de la información se muestran los resultados adquiridos en función del número de comentarios según los siguientes criterios:

- Diferente grado de interés y participación de los miembros de la comunidad en las distintas categorías creadas por la UNED.
- Diferente grado de interés y participación de los miembros de la comunidad en las subcategorías de la categoría “Metodología”.
- Pocas propuestas de ideas y pocas respuestas con contenido de calidad a dichas propuestas de ideas.
- Muchos comentarios del tipo: propuesta, opiniones, juicios o valoraciones.
- Poca o nula involucración de coordinadores o Community Manager.
- Poca o nula involucración del perfil de profesor en la comunidad.
- Bajo seguimiento por parte de los participantes a sus propias ideas.
- Poco diálogo o interacciones entre los participantes.
- Efectos perniciosos de la gamificación: no hay control sobre la repetición de comentarios.
- Diferentes frecuencias en los comentarios totales y en las propuestas de ideas de los participantes.
- Baja regularidad en la participación a lo largo del tiempo.

En el apartado destinado a revisar las conclusiones obtenidas del análisis cualitativo de la información se ha profundizado en el contenido de los comentarios de los participantes en las distintas subcategorías.

A continuación, se va a comenzar explicando las conclusiones a las que se ha llegado, realizando un análisis de frecuencias de la información recopilada.

## **7.1 Conclusiones obtenidas del análisis cuantitativo de la información**

### **7.1.1 Diferente grado de interés y participación de los miembros de la comunidad en las distintas categorías creadas por la UNED**

La UNED ha dispuesto unas categorías y subcategorías para que el usuario pueda intervenir dependiendo del tema que desee tratar. En este sentido, analizando los resultados obtenidos, la categoría “Metodología” ha sido la que mayor número de propuestas ha tenido. El porcentaje de ideas de esta categoría sobre el total de todas es del 37.4%, es decir, más de la tercera parte de las ideas propuestas por los participantes en la comunidad Horizonte UNED 50 han sido para esta categoría.

Esto significa que los participantes, en su mayoría alumnos, quieren colaborar e involucrarse en la solución de problemas y en la búsqueda de mejoras con la finalidad de crear un modelo educativo innovador que garantice una enseñanza de calidad para todos.

Los participantes, gracias a su experiencia previa como miembros de la UNED, han ayudado con sus aportaciones en este apartado a dar soluciones para que se genere un cambio en las metodologías didácticas, y esto permita avanzar hacia nuevos métodos en la enseñanza, así como en la aplicación de nuevas tecnologías que pueden ayudar en el día a día de la educación a distancia, mejorando los procesos de enseñanza y aprendizaje y optimizando los sistemas de evaluación.

La segunda categoría con más propuestas de ideas ha sido la categoría “Oferta Educativa”, que ha tenido el 30,1% del total de las propuestas de ideas. Los participantes también se han involucrado en gran medida en esta categoría, ya que se trataban temas como la empleabilidad, la formación permanente y la adquisición de conocimientos. Al analizar el contenido de los mensajes de esta categoría, se llega a la conclusión de que son temas de gran importancia para los participantes de la comunidad, ya que hoy en día, con la automatización industrial, hay muchos puestos de trabajo que están en riesgo, con lo que es necesario adquirir nuevas capacidades y competencias cada pocos años, lo que conlleva la necesidad de reciclarse y aprender nuevas habilidades para seguir activos en el mercado laboral. De todo esto son conscientes los miembros de la comunidad y ha quedado patente la preocupación que tienen sobre este tema, por ejemplo, al querer que la UNED confeccione grados con contenidos más actuales.

#### **7.1.2 Diferente grado de interés y participación de los miembros de la comunidad en las subcategorías de la categoría “Metodología”**

Dentro de esta categoría encontramos siete subcategorías, y la subcategoría que ha contado con más propuestas de ideas ha sido la subcategoría “Contenidos”, con 128 ideas. Con estos datos se pone en evidencia que los participantes de la comunidad desean mejorar la UNED en cuanto a los contenidos y recursos formativos, ayudando con sus ideas a tener nuevas maneras de crear recursos y compartir materiales entre profesor-alumno y alumno-alumno, siempre requiriendo un sistema de control por parte de la UNED que garantice la calidad de los contenidos.

En segundo lugar, y con 80 propuestas de ideas aportadas, está la subcategoría “Evaluación”. Se puede concluir que a los miembros de la comunidad les preocupa cómo se les evalúa, y quieren establecer otros procedimientos de calificación, como puede ser

la evaluación en grupo o entre pares. Los participantes de la comunidad han expresado su deseo de que se les califique con otros criterios más actuales, no sólo que se haga hincapié en lo que pueden memorizar y plasmar en un examen, sino también a las competencias que hayan alcanzado a lo largo de la asignatura.

La tercera subcategoría que presenta más propuestas de ideas es “Soportes Tecnológicos”, con 74 comentarios. La tecnología es un tema que preocupa a los miembros de la comunidad y han contribuido dando ideas para mejorar la interconexión entre dispositivos y mejorar el proceso de aprendizaje con la ayuda de aplicaciones. En relación con lo comentado anteriormente, los alumnos están interesados en disponer de mecanismos para, aplicando la tecnología actual, poder autoevaluarse y ver su evolución de manera individualizada.

### **7.1.3 Pocas propuestas de ideas y pocas respuestas con contenido de calidad a dichas propuestas de ideas**

De las 2.296 intervenciones, sólo 422 (18%) han sido ideas aportadas por los usuarios. El resto de intervenciones han sido respuestas a las propuestas de los participantes.

En primer lugar, se van a valorar las propuestas de ideas, presentándolas de más a menos enriquecedoras en cuanto al contenido.

Como se ha explicado en apartados anteriores, las intervenciones en las que los participantes aportan ideas de gran relevancia e interés son las que vienen apoyadas con documentos y enlaces sobre la información que están dando, y se han denominado “Aportaciones concretadas documentadas con material”. Éstas son las intervenciones más constructivas, y han alcanzado un 2,74% del total. Sería deseable que este dato fuera más alto pero, aunque es un porcentaje algo bajo, las ideas han sido de gran calidad y utilidad.

En segundo lugar, en cuanto a lo enriquecedor del contenido, están las “Aportaciones concretadas con desarrollo”, con un 3,44% del total. Como se puede observar en ejemplos expuestos anteriormente, los participantes contribuyen con una idea sobre la categoría y subcategoría del tema, y concretan lo que se pretende mejorar con su idea, explicando cómo desarrollarían dicha propuesta y cómo se podría poner en marcha, aportando así valor a su participación. El porcentaje es bajo, y sería positivo que hubiera más aportaciones de este tipo, pero este porcentaje ha contribuido en gran medida a que



otros miembros de la comunidad comentaran estas propuestas, promoviendo así una mayor participación.

En el tercer lugar, y por orden de calidad en las propuestas, están las “Aportaciones concretadas sin desarrollo”, con un 4,14% de los comentarios. En este tipo de comentarios, los participantes contribuyen con una idea sobre la categoría y subcategoría del tema que se está tratando en ese apartado de la comunidad. En este caso, el participante explica lo que pretende mejorar, pero no va más allá y no explica cómo sería el desarrollo o puesta en marcha de la misma. Sería positivo que los participantes, aparte de aportar las ideas, las desarrollaran, dando así el salto hacia la categoría anterior, las “Aportaciones concretadas con desarrollo”.

Con un 3,35% del total de los comentarios de los participantes están las “Aportaciones sin concretar”. Este tipo de comentarios son sólo un esbozo de una propuesta, dan una ligera idea de lo que quiere el participante pero no profundiza más y no explica cómo resolvería el problema que ha detectado en la UNED.

Por último, está la categoría “Propuestas: Opiniones, juicios o valoraciones” con el 3,53%, en la que los participantes generan un comentario de opinión. Estos comentarios no son ideas, pero al ser comentarios de partida, y no respuestas de aportaciones de ideas, se clasifican dentro de “Propuestas o aportaciones”.

Estos comentarios no aportan contenido alguno, pero esto no quiere decir que no sean importantes, ya que se puede observar que, si el tema de opinión resulta interesante para el resto de los participantes, estos tipos de comentarios pueden generar un gran número de respuestas, aunque estén dando una valoración de algo, y no proponiendo una solución a un problema.

En segundo lugar, se describirán las categorías de los mensajes de respuesta que dan los participantes a las aportaciones de idea, comentando los porcentajes y obteniendo las conclusiones.

Dentro de las respuestas a las aportaciones de ideas, hay varias categorías de mensajes. La primera categoría es “Opinión con aporte”, que son respuestas del participante a una idea, y que tienen como objetivo intentar mejorarla o ayudar a la persona que ha expuesto esa idea, contribuyendo así de manera activa, con más explicaciones, contenidos, etc. Estas participaciones son muy positivas porque ayudan a crear conocimiento. El

porcentaje es relativamente pequeño, ya que es un 14,07%, pero la calidad de las respuestas de este tipo prima sobre la cantidad, y aunque el porcentaje no sea muy elevado, su calidad sí que ha sido muy alta.

El mayor porcentaje es del tipo “Opiniones sin aporte”, con un 43,25% y 993 comentarios. Los participantes responden a ideas de otros registrados limitándose única y exclusivamente a dar una opinión sobre la propuesta que otro compañero ha realizado, pero no intentan mejorarla, ni aportan material ni contenido a la misma. Estos comentarios no son deseables desde el punto de vista de la generación de ideas, ya que no contribuye en nada de valor a la idea dada previamente, pero sí desde el punto de vista del aumento de la motivación para volver a proponer ideas, ya que el autor de dicha idea recibe una opinión sobre lo que él ha escrito, y eso promueve que vuelva a intervenir.

Otro grupo de comentarios muy importantes de reseñar son los que tienen como objetivo la “Autopromoción”. Dichos comentarios son realizados por un pequeño grupo de participantes que aprovechan sus respuestas a otras propuestas para hablar de sus propias propuestas de ideas. De esta categoría ha habido 135 comentarios, lo que corresponde al 5,88% del total, un porcentaje demasiado elevado ya que son comentarios repetitivos que no aportan nada nuevo. Los autores de estos comentarios tienen la intención de promocionar una idea que han tenido. Esto se podría ver como una manera que tiene un participante de mostrar su idea, pero, teniendo en cuenta el diseño de la gamificación, es una estrategia con un efecto perverso, ya que estas personas han preferido “hacerse publicidad” para que los participantes de la comunidad pincharan en su enlace, y después la puntuaran, en lugar de contribuir a la generación de ideas, ya que “Poner un comentario en una idea” son 50 puntos, y “Recibir un voto en tu idea” son 20 puntos, y si al final hay un premio de 1.000 Euros, esto puede desvirtuar un poco el principal objetivo que tiene la comunidad que se ha creado.

Hay que señalar también, que de todos los comentarios que se han realizado, un 17,24% son propuestas (las propuestas son ideas) y un 82,76% son respuestas. Estas cifras son mejorables, pero es cierto que en este tipo de comunidades el porcentaje de propuestas suele ser mucho menor que el porcentaje de contestaciones.

#### **7.1.4 Muchos comentarios del tipo: propuesta, opiniones, juicios o valoraciones**

De los 2.296 comentarios que ha habido en la categoría Metodología, se han realizado 840 “Aportes”, que son interacciones en las que se aporta algo al debate, se realizan

comentarios, opiniones, ejemplos, y se aportan ideas. Es el 36,58% del total de los comentarios, una cifra alta, pero de todas las aportaciones que se están realizando muchas no contribuyen al debate, verdaderamente importante, para solucionar un problema detectado, que es lo que se pretende.

En este apartado, se han utilizado los resultados de la tabla “*Número de comentarios de los participantes y su clasificación por subtipo de aportación*”, del apartado 6.2.4, para describir tres grandes grupos de comentarios, que van a ayudar a comprender y explicar las conclusiones.

Dentro de la agrupación denominada “*Aportes*”, están los siguientes tipos de comentarios, de los que sólo los subrayados se pueden considerar de un gran valor. Aunque, como ya se ha comentado previamente, no quiere decir que los otros tipos de comentarios no tengan utilidad, ya que pueden contribuir a que se pueda establecer un diálogo. Este grupo engloba los siguientes comentarios:

- Aportación: propuestas, opiniones, juicios o valoraciones.
- Aportación sin concretar
- Aportación concretada sin desarrollar
- Aportación concretada con desarrollo
- Aportación concretada documentada con material
- Opinión con aporte
- Sugerencia sobre comentario
- Aclaración
- Contestación a aclaración
- Contestación construcción sobre idea

Otro gran grupo de contestaciones, denominadas “*Demandas*” o quejas, (D), han alcanzado la cifra de 115 respecto al total de 2.296 comentarios. Estas respuestas son interacciones en las que se solicitan aclaraciones de dudas o respuestas anteriores, o ayuda de algún tipo. Son el 5% del total de los comentarios, y muestran el grado de implicación de los participantes con las ideas que aportan otros. Estas participaciones son muy positivas, y se les debería dar más valor, es decir, la organización de la comunidad debería haber dado más puntos a este tipo de comentarios, ya que muestran el interés de

unos compañeros en la idea de otros y favorecen, por tanto, la interacción dentro de la comunidad. Dentro de este grupo están las siguientes categorías.

- Solicitud de aclaraciones
- Queja
- Queja falta comentarios constructivos
- Solicitud de construcción sobre idea

De los 2.296 comentarios que ha habido, se han realizado 1.342 del tipo “Propuesta, Opiniones, juicios o valoraciones (C)”, que son las interacciones de agradecimiento o expresiones de cortesía. Acaparan el 58,44% de los comentarios y, por lo general, son aportaciones neutras, que no explican nada, no aportan ideas ni contenido. Sin embargo, dentro de estos comentarios hay participaciones que se podrían llamar de “vigilancia”, y que los participantes han realizado sobre las ideas que se han propuesto, exponiendo que, una idea ya se ha propuesto anteriormente. Estas participaciones son de gran valor, y se muestran subrayadas a continuación.

- Indicación de repetición de idea
- Contestación de repetición de idea
- Indicación ya se hace
- Contestación ya se hace
- Autopromoción
- Anuncio
- Agradecimiento
- Opinión sin aporte.
- Halago

#### **7.1.5 Poca o nula involucración de coordinadores o Community Manager**

Observando los comentarios que realizaron los Community Managers, se llega a la conclusión de que sus funciones fueron hacer pequeñas recomendaciones a los participantes, animar a participar, y agradecer las participaciones.

Por otra parte, los coordinadores o expertos fueron responsables de una categoría, convirtiéndose en las personas encargadas de definir un conjunto de retos y evaluar las

ideas de su categoría, pero no tomaron un papel activo en ella, ya que no realizaron ningún comentario a raíz de las ideas propuestas.

A continuación, se explican los comentarios que ha habido dependiendo del papel que tenían las personas que formaban parte de esa comunicación.

### **Participante → Participante**

El 95,47% del total de los mensajes, es decir, prácticamente todos los mensajes de la categoría han sido comentarios de un participante a otro.

Teniendo en cuenta que sólo el 5% de los comentarios son de profesores que han ejercido o están ejerciendo su labor en la UNED, se puede decir que prácticamente la totalidad de los mensajes tienen como emisor un alumno y como receptor otro alumno. Esto es muy significativo, ya que los comentarios que pueden hacer los profesores son muy importantes, debido a que dan otra visión o enfoque distinto al que pueda dar un alumno, al ver lo que está sucediendo en la UNED desde el otro lado. Dicho lo cual, esto es algo que sería bueno que se mejorara ya que podría ayudar a aumentar el grado de participación y la calidad de los comentarios, lo que mejoraría la fidelidad del alumno con la comunidad.

### **Coordinador/Community Manager → Participante**

El 4,39% de comentarios tienen como origen el Community Manager y como destinatario un participante. Este porcentaje es muy bajo, no solamente tendría que estar involucrado en mayor medida el Community Manager aconsejando a los alumnos, sino que también tendría que haber realizado una tarea de inspección de las aportaciones de ideas de los participantes, promoviendo que aumenten el nivel de detalle de sus comentarios, e incrementando también su cantidad. Así, el participante se sentiría más respaldado por un responsable de la UNED que pudiera guiarle sobre si sus comentarios van en una buena línea, como podrían ser mejorados, etc.

### **Participante → Coordinador/Community Manager**

El 0,17% de los comentarios tienen lugar entre alumno y Community Manager. Este número de comentarios es insignificante, debido a que los alumnos no responden a los comentarios del Community Manager, ya que estos comentarios son indicaciones que no necesitan respuesta. Esto viene a reforzar la idea de que hubiera sido positivo

comentarios más constructivos y con más contenido relacionados con el tema que se estaba tratando por parte del Community Manager.

#### **7.1.6 Poca o nula involucración del perfil de profesor en la comunidad**

Analizando e interpretando el contenido de las aportaciones de ideas, y también los comentarios de respuesta a raíz de dichas aportaciones, se ha llegado a la conclusión de que, en su inmensa mayoría, los miembros de la comunidad son alumnos, al confirmar que un 95%, de los comentarios provienen de alumnos y solo un 5% de profesores.

Como se ha comentado con anterioridad, sería beneficioso que el número de profesores que aportan ideas fuera mayor, por la experiencia que tienen, lo que pueden aportar y porque esto puede reforzar la motivación intrínseca de los participantes alumnos a la hora de que realicen un mayor número de comentarios y de más calidad.

#### **7.1.7 Bajo seguimiento por parte de los participantes a sus propias ideas**

Este apartado refleja el grado de seguimiento que un participante va a hacer de su idea. Este punto es muy importante, ya que, si un participante se involucra de verdad en la idea que ha aportado, tendría que contestar a aclaraciones que sus compañeros solicitan.

Desde nuestro punto de vista, la implicación de los participantes con sus propias ideas ha sido baja, ya que solo 326 de los 2296 comentarios que se realizan en la comunidad, han sido de este tipo. Es decir, en muchos casos los participantes de la comunidad realizan comentarios, pero no vuelven a desarrollar sobre ellos, aunque los compañeros de comunidad soliciten aclaraciones.

#### **7.1.8 Poco diálogo o interacciones entre los participantes**

Este apartado refleja el número de interacciones que se han establecido entre los participantes que no han aportado la idea, sobre una propuesta de idea. Este indicativo muestra también el grado de implicación de los participantes en la comunidad. En este caso solo han sido 123 comentarios de los 2296, y se considera que también este número de comentarios es bajo, ya que si hay algo que se debería valorar en este tipo de plataformas es la colaboración entre personas para la co-creación de conocimiento, con lo que si no se genera un diálogo a raíz de propuestas de idea, no se está avanzando en la solución al problema que se desea solucionar.

### **7.1.9 Efectos perniciosos del sistema de gamificación: no hay control sobre la repetición de comentarios**

Este apartado refleja el número de comentarios seguidos que hace un participante sobre una idea. Esto se considera como algo negativo, ya que los comentarios suelen ser seguidos, y están buscando claramente aumentar el número de puntos que están ganando.

Se han realizado 76 comentarios de este tipo, lo que representa un 3.31% del total de los comentarios. Se entiende que cuando un participante hace comentarios seguidos sin que medien intervenciones de otros participantes, lo que está haciendo es incrementar su número de mensajes y que la posible motivación pudiera ser acumular puntos de participación.

De hecho, fueron tres los participantes que acumularon la mayoría de los comentarios de este tipo, realizando 76 participaciones, de las que 72 no añadían nada a lo dicho, confirmando que su única intención era la de ganar puntos con el sistema de gamificación gracias a la participación y así ganar el premio a la participación. Esto hace que dichos participantes no estén actuando de manera adecuada en la comunidad y que se ponga de manifiesto algunos de los efectos perniciosos que pueden tener los incentivos a los participantes. Bajo nuestro punto de vista podría haber habido un mayor control de este tipo de mensajes, filtrándolos, eliminándolos, marcándolos, etc.

### **7.1.10 Diferentes frecuencias en los comentarios totales y en las propuestas de ideas de los participantes**

Con los resultados obtenidos, que se pueden observar en la tabla relativa a la distribución de frecuencias del número de mensajes por participante, se puede llegar a la conclusión de que la mayoría de participantes, un 65%, han escrito como mucho 5 comentarios en la comunidad, y un 44% de participantes, que equivale a 99 participantes han realizado un solo comentario en la comunidad. Esto quiere decir que, de media, el número de participaciones es muy baja, y esa media la suben los participantes que han intervenido en más de 10 ocasiones. Es fundamental recalcar que en el grupo de los participantes que realizaban más de diez aportaciones había usuarios que realizaban más de 80 comentarios que, como se confirmaba anteriormente, permite que suba la media de mensajes por participante.

Según nuestro estudio, hay diferencia entre la calidad de las aportaciones de los participantes que hacen más de diez intervenciones y la calidad de las aportaciones de

los participantes que hacen entre una y diez intervenciones, ya que por lo que se ha observado y analizado, algunos de los participantes que tienen tantos comentarios, suelen hacer participaciones muy escuetas, sin explicar su idea, ni desarrollarla, y bastantes de sus comentarios son halagos o agradecimientos. Además hay varios participantes que realizan muchos comentarios porque han hecho un mal uso de la gamificación, y su objetivo era ganar puntos con ello. En este sentido es más importante que haya menos participaciones y que éstas sean de más calidad.

Si se tienen en cuenta los resultados obtenidos, que se pueden observar en la tabla relativa a la distribución de frecuencias del número de propuestas de ideas por participante, se puede confirmar que el 76% de los participantes o no hacen ninguna o hacen una sola propuesta de idea, y los participantes que originan de cero a tres propuestas son el 86% del total de los participantes. Este dato es importante al detectar que la mayoría de los miembros de la comunidad han sido participantes que se limitaban a responder, contribuyendo con su opinión, a las ideas que otros participantes habían propuesto.

#### **7.1.11 Baja regularidad en la participación a lo largo del tiempo**

Analizando los resultados del apartado anterior, se puede observar que la gran mayoría de los participantes, el 78.22%, realizan comentarios durante los nueve primeros días, y luego no vuelven a participar en la comunidad. Este dato es negativo, ya que son aportaciones puntuales, y sería desde nuestro punto de vista y basándonos en nuestro trabajo, mucho más favorable para la comunidad que los participantes fueran más regulares a la hora de realizar sus aportaciones desde el punto de vista del tiempo, es decir, que no hicieran muchas durante pocos días, y luego ninguna, sino que fueran más escalonadas. En la categoría que ha sido objeto del estudio que hemos realizado, los participantes han materializado 365 comentarios en el primer día, es decir, de los 2296 comentarios totales realizados en esta categoría, el 15,89% han sido realizados el primer día, esto demuestra nuestra tesis.

Los participantes han realizado 323 comentarios en el rango de los tres siguientes días del primer analizado, es decir, el 14,06% del total. Con lo que en los cuatro primeros días se han concentrado el 30% de los mensajes, teniendo en cuenta que el tiempo que estuvo abierta la aplicación para que los participantes realizaran sus comentarios fue de tres meses.



Se puede observar como baja considerablemente la participación de los miembros de la comunidad a partir del décimo día de que se abriera la comunidad. Por lo que se podría haber fomentado el compromiso del participante para que estuviera activo durante más tiempo en el tiempo de vida de la comunidad, tanto en la proposición de ideas como en la respuesta a las mismas.

A continuación, se exponen y repasan las conclusiones obtenidas al analizar el contenido de las participaciones.

## **7.2. Conclusiones obtenidas del análisis cualitativo de la información**

Las propuestas de ideas de los participantes han sido muy variadas. Realmente ha habido propuestas de gran calidad, ya que eran ideas que estaban bien estructuradas, con una breve exposición de lo que se pretendía mejorar, se basaban en argumentos sólidos para defender su exposición y concluían incidiendo con más detalle en lo que la UNED podría mejorar.

Algunos de los contenidos de las propuestas han sido de candente actualidad, al tratar, por ejemplo, aspectos tan importantes como el de la modernización de la educación universitaria en España y su financiación.

Otros temas que se han desarrollado han sido la incorporación de nuevos métodos de enseñanza a la UNED, por ejemplo, el de la “Flipped Classroom”, basada en píldoras de teoría para leer en casa, y clases online en torno a actividades. El debate sobre este tema es muy relevante ya que ayuda a los profesores de la comunidad a conocer los intereses y preferencias de los alumnos, y les anima a incorporar estos nuevos métodos en sus clases.

Se ha podido comprobar cómo algunas ideas muy buenas no han tenido calado en los demás participantes, no obteniendo ninguna respuesta. Esto es debido a que, aunque están bien expuestas y argumentadas, los participantes no han visto atractivas dichas ideas a priori. No se sabe cual es el motivo, pero entre ellos podemos considerar que puede haber sido porque no les ha gustado el título o porque el inicio de la exposición no consiguió “enganchales” para que continuasen leyendo. De esto se puede obtener la conclusión de que el título de una idea es muy importante para que los demás usuarios se animen a leerla y, luego por supuesto, también es muy importante que la redacción sea adecuada y la exposición esté bien organizada. Algunas ideas que estaban peor argumentadas tenían más respuestas y votos, debido a que el título era más impactante,

y también a que el primer párrafo del texto estaba mejor estructurado, con palabras en mayúscula y subrayadas, que destacaban las partes más significativas. Además, también influye la incorporación de palabras técnicas y de nuevos conceptos, que atraen al resto de participantes que quieren ampliar sus conocimientos sobre un tema y les anima a leer las ideas en sí.

Uno de los aspectos más importantes en las propuestas de ideas es el tema a tratar. Las ideas más comentadas y votadas han sido las que tenían relación con algo con lo que los participantes (casi todos alumnos) se sentían identificados, como es el precio de manuales, libros, matrículas, etc. Aunque no eran las ideas mejor argumentadas, sí que eran algunas de las propuestas más seguidas. Esto pone de manifiesto la gran preocupación que tienen los alumnos de la UNED por la financiación de sus estudios y el interés que muestran en buscar soluciones que puedan ayudarles a pagarlos.

También es importante destacar propuestas que parten de profesores, exponiendo distintas preocupaciones e intereses como, por ejemplo, su deseo de rebajar la carga de trabajo que tienen o tener acceso a un mayor número de cursos de formación especializada. Estas ideas han sido agradecidas y comentadas tanto por otros profesores como por alumnos, lo que quiere decir que los alumnos empatizan con el profesor, ya que algunos de ellos pueden empatizar con el trabajo que realizan los profesores de la UNED, y quieren mostrar su apoyo ante estas ideas.

Dos de los principales temas de preocupación de los alumnos de la UNED son: la carga académica, es decir, la gran cantidad de asignaturas que tienen y lo que tienen que estudiar; y el método de ser calificados. Los alumnos se preocupan mucho por sus estudios y, teniendo en cuenta que la UNED es una Universidad a Distancia, y que muchos de los alumnos trabajan y estudian a la vez, es lógico pensar que los estudiantes busquen soluciones para poder compaginar ambas cosas, de ahí la gran cantidad de comentarios en este sentido. En la misma línea, también ha habido comentarios muy seguidos por los participantes sobre el modo de conciliar la vida de estudiante con la vida familiar, siendo éste un aspecto que ya se está tratando en la actualidad en la Comunidad Económica Europea. La demanda de profesionales académicamente actualizados exige una formación permanente durante toda la vida, por lo que el problema de compaginar los estudios con la vida laboral y familiar, es y será un tema del que seguro se hablará mucho en el futuro.

Se ha detectado un efecto adverso en el uso de la gamificación, ya que en ocasiones ha sido utilizada en beneficio propio en lugar de para promover el compromiso con la comunidad y la generación de conocimiento. Se han detectado muchos comentarios que se realizaban únicamente para ganar puntos y poder optar finalmente al premio a la participación y a la idea más votada (valorado en 1.000€), lo que ha repercutido negativamente a la hora de realizar comentarios vacíos.

Estas intervenciones resaltan actitudes y comportamientos oportunistas de participantes que no han competido limpiamente, y que hacían que el resto de usuarios, al ver sus comentarios interesados, ya no escribieran nada en ese hilo de ideas, provocando el abandono del debate y de la generación de nuevas propuestas relacionadas, lo que ha sido muy perjudicial para la comunidad y la promoción del debate entre los participantes.

Además, había otro grupo de participantes que utilizaban sus respuestas para promocionar algunas de sus ideas expuestas anteriormente, entorpeciendo así la comunicación.

Ambos tipos de comentarios son indeseables y deberían haber sido evitados por la comunidad porque conllevan a que otros integrantes no se impliquen en las ideas propuestas y abandonen el debate.

## **8. Propuestas a tener en cuenta a la hora de gestionar comunidades para la generación de ideas**

Con todo lo expuesto anteriormente y gracias al análisis realizado de los resultados y a las conclusiones que se han obtenido, se va a pasar a exponer unas recomendaciones que plasmamos con la intención de que si alguien en el futuro va a organizar una comunidad de generación de ideas, las pueda tener en cuenta para que ésta funcione mejor.

Como se puede observar en el apartado que trata de los peligros de la gamificación del marco teórico del Trabajo Fin de Máster, un buen diseño de la gamificación es un aspecto muy importante a tener en cuenta en un sistema que va a estar gamificado. Para ello el sistema debe tener una estrategia adecuada en la manera que otorga puntos a los participantes de la comunidad. Los puntos proporcionan una realimentación de la información, debe haber un progreso más granular, en el sentido de que permita al usuario que cada punto que le es proporcionado le dé una pequeña dosis de

realimentación, para que vea que existe un progreso o evolución en los conocimientos que está aportando, es decir, que se valore su experiencia en dicha comunidad.

Como ya se ha explicado previamente, cuando realizamos una determinada tarea, convergen dos tipos de motivación, la intrínseca y la extrínseca. Puede estar presente una o las dos al mismo tiempo, dependiendo de lo que provoque o brinde impulso a la persona para realizar una determinada tarea.

Se podría aplicar en esta comunidad la mecánica del juego de niveles. A veces cuando se diseña la estrategia de gamificación, no se tiene en cuenta la motivación, y este aspecto es de gran importancia, si de lo que se trata es de que el usuario participe de manera activa en la comunidad y lo haga desde que se crea hasta que la comunidad finaliza. El problema fundamental en el compromiso del participante con la comunidad de generación de ideas es una motivación intrínseca débil, y esto es un aspecto que se puede mejorar.

La motivación intrínseca de manera sencilla se ha definido como la conducta que se lleva a cabo de manera frecuente y sin ningún tipo de contingencia externa. El propio incentivo es intrínseco a la actividad misma, es decir, es la realización de la conducta en sí misma lo que nos mueve, los motivos que conducen a la activación de este patrón conductual son inherentes a nuestra persona sin necesidad de estímulos externos. De ahí que este tipo de comportamiento se considere intrínseco a las motivaciones personales de cada uno.

Un ejemplo podría ser cuando empleamos tiempo en un hobby, cuando realizamos una actividad por el hecho de superarnos a nosotros mismos. Por lo general suele verse de forma más fácil en la motivación personal que adquirimos sobre un proyecto que posee mucho valor para nosotros, aunque de cara a los demás pueda no tener un sentido práctico.

Esto se puede advertir día a día, con personas que han llegado a lo más alto en su vida profesional y/o personal gracias a la motivación personal que les ha inspirado para seguir trabajando y luchando por el fin último que están buscando.

La gamificación se basa en principios de motivación extrínseca, que son aquellas actividades en las cuales los motivos que impulsan la acción son ajenos a la misma, es decir, están determinados por las contingencias externas. Esto se refiere a incentivos o

reforzadores negativos o positivos externos al propio sujeto y actividad. Por ejemplo: es muy frecuente que haya una motivación en el trabajo que sea extrínseca basada en conseguir determinados objetivos. Si se logra satisfacer las expectativas en el trabajo entonces se logra un premio de recompensa. Generalmente es el propio salario del trabajo la principal motivación laboral que existe cuando hacemos algo a cambio de un bien material.

Lepper et al. (1973) demostraron en un estudio que cuando el premio es extrínseco en lugar de intrínseco el rendimiento disminuye. En las últimas décadas, se está empezando a valorar otro tipo de incentivos que no sean económicos tales como descansos, reconocimiento que busca alentar al trabajador con frases motivadoras y resaltando sus puntos fuertes, aunque se mantiene el factor material con bastante diferencia como gran incentivo.

En muchos sistemas gamificados se ha podido observar que, los estudiantes que trabajan más duro para conseguir XP (Experience Points, Puntos de Experiencia) y estrellas de oro, pueden terminar bajando el grado de implicación en dicha tarea. Este dato se puede observar en el apartado de conclusiones de nuestro TFM, en el que se confirma como la mayoría de los participantes (78%) realiza una pequeña aportación y luego “abandona” la comunidad.

Como se ha ilustrado anteriormente, en el estudio sobre motivación de Lepper et al. (1973) había dos grupos de niños. A un grupo de niños se les dijo que se les iba a dar de regalo una estrella de oro y una cinta cuando realizaran unos dibujos, y al otro grupo de niños no se les ofrecía ningún regalo al terminar sus dibujos. Llegaron a la conclusión de que los niños que esperaban (y se les daba) una recompensa de una estrella de oro y una cinta para dibujar imágenes estaban menos tiempo jugando con los materiales de dibujo, que los niños que no se les dio ninguna recompensa. Esto muestra la importancia que tiene la motivación intrínseca de los niños a la hora de realizar esta tarea.

Esta es una experiencia que se puede aplicar a nuestra comunidad objeto de disertación, ya que este estudio muestra que, cuando hay una gamificación, los participantes muestran menor interés en realizar la tarea por mejorar de verdad la comunidad. Y esto se puede observar perfectamente en algunos comportamientos de participantes que realizan muchas tareas y muy rápidas, pero que han aportado unos comentarios con nula calidad. En este caso se está confirmando que la motivación de estos usuarios es completamente extrínseca, ya que lo están haciendo simplemente por los puntos que da el comentar una idea o en exponerla.

El efecto de sobrejustificación tiene lugar cuando un estímulo externo, como una recompensa, disminuye la motivación intrínseca de una persona para realizar una determinada tarea. Lepper et al. (1973) confirmaron esta teoría en su experimento de campo en un jardín de infancia.

El efecto de sobrejustificación se manifiesta en los casos en donde ofrecer un incentivo externo a una persona disminuye su motivación intrínseca para llevar a cabo esa tarea.

La importancia de la motivación extrínseca, o la motivación para realizar una actividad porque conduce a algo más como obtener recompensas y beneficios, sobre la motivación intrínseca o el deseo de realizar una actividad por el disfrute derivado de la actividad misma, es la base del efecto de sobrejustificación.

Para definir los fenómenos, el efecto de sobrejustificación ocurre cuando un estímulo externo, como el dinero o un premio, disminuye la motivación intrínseca de una persona para realizar una tarea. Esto se ha podido observar en la Comunidad de la UNED con muchos participantes.

Entonces, lo que le importará más a la persona será el incentivo que reciba en lugar del placer y la satisfacción que se obtienen cuando se realiza la actividad. Se produce un cambio en la motivación hacia factores extrínsecos y una debilitación de la motivación intrínseca preexistente.

En la gamificación, tenemos que tener en cuenta que los puntos son como una “droga”, si los participantes de la comunidad estiman que la recompensa no merece la pena los jugadores “abandonan el barco” y deciden no seguir colaborando, trabajando, etc. puesto que en muchos casos la motivación intrínseca para realizar la tarea es nula, en esto es en lo que se tiene que mejorar. Si no hay motivación intrínseca lo que sucede es que los participantes no están realizando la tarea porque les guste el aprendizaje, sino que lo están haciendo única y exclusivamente por la motivación extrínseca que les reporta ganar el premio. Cuando han realizado la tarea se olvidan de ella, en este caso cuando han realizado el comentario, muchos participantes no vuelven a escribir sobre él.

Según Borrás (2015) los participantes necesitan cada vez una motivación extrínseca mayor para hacer la misma tarea, dicho lo cual, se podría modificar la gamificación de la comunidad añadiendo niveles o estratos de experiencia en la que los puntos fueran distintos en unos niveles y en otros, esto haría que los participantes quisieran “subir de

nivel” “evolucionando” dentro de la comunidad, algo que no se podía hacer según estaba diseñada la comunidad.

En opinión de Borrás los puntos de experiencia e insignias, van a ayudar de manera sustancial a que los participantes estén durante más tiempo realizando una tarea.

Según nuestro diseño de la gamificación, a estos niveles de “excelencia” se llegaría solamente cuando un jurado, que estaría compuesto por profesores que están opinando sobre las ideas aportadas, y cuando los propios compañeros vayan otorgando estrellas. Como se puede percibir en la imagen que está en la parte inferior. La imagen muestra las valoraciones sobre una idea de un participante de la comunidad que hacen por una parte los profesores y las valoraciones que hacen por otra parte los estudiantes.



Ilustración 7: Valoraciones del profesorado



Ilustración 8: Valoraciones de los estudiantes

Los comentarios se valorarán como se ha dicho anteriormente mediante estrellas, y cada estrella tendrá una puntuación, dependiendo de si la ha valorado un profesor o si la ha valorado otro compañero.

Hemos llegado a la conclusión de que esta opción es óptima porque así se tiene en cuenta la implicación del profesorado en la comunidad, algo que valorarían muy positivamente los demás compañeros de comunidad.

Cada valoración de los profesores o expertos va asociada a los siguientes puntos:

5 estrellas → 10 puntos

4 estrellas → 8 puntos

3 estrellas → 5 puntos

2 estrellas → 3 puntos

1 estrella → 1 punto

Cada valoración de los participantes tiene asociada los siguientes puntos:

5 estrellas → 5 puntos

4 estrellas → 4 puntos

3 estrellas → 3 puntos

2 estrellas → 2 puntos

1 estrella → 1 punto

Cuando el participante llegue a un número de puntos, éstos subirán de nivel de experiencia y se les considerará "Maestros", de esta manera se va a mejorar la motivación intrínseca ya que el participante va a comprender que todo su trabajo ha sido recompensado, ha subido de nivel en su experiencia, gracias a los profesores y a los compañeros no profesores de la comunidad.

Ahora las ideas o comentarios se registran como ideas o comentarios de maestro. Es importante que cuando un participante llegue al estado de "Maestro" se difunda en un grupo de Facebook que debería haber de la comunidad, porque es otra manera de reforzar su motivación y premiar todo el esfuerzo que esta persona ha dedicado a la comunidad, también sería positivo difundir un breve resumen con los logros que ha conseguido para que esto sucediera, es decir, el número de comentarios que ha realizado, los puntos medios que ha conseguido, etc.



El subir de nivel y convertirse en "Maestro" le conllevará una responsabilidad. Esta responsabilidad consistirá en la "obligatoriedad" de comentar las ideas de sus compañeros, con criterio, ya que se supone que, al subir de nivel, los participantes han demostrado capacidad para que sus comentarios sean valorados de manera más especial. A su vez, los profesores valorarán los comentarios de los "maestros".

Los "Maestros" recibirán puntos por los comentarios que realicen, pero también serán evaluados por los profesores por los comentarios que están realizando. Si no cumplen con los requisitos que se soliciten para ser maestro bajarán de nivel, esto va a ayudar a que por una parte se les otorgue la responsabilidad de comentar de una manera distinta las participaciones de los demás, ya que han ganado una reputación en la comunidad, y por otro lado deben mantener el nivel, y eso ayuda a que desde el principio hasta el final tengan una afiliación en el grupo que se ha creado y sigan ayudando a la creación del conocimiento. Los profesores puntuarán con estrellas los comentarios de los maestros.

De esta manera queda aliviada la sensación que se crea en los participantes que están realizando asiduamente comentarios y que ven que, aun siendo bien valorados, no sucede nada con su "reputación online" y siguen teniendo el mismo status que compañeros de la comunidad que no han tenido la misma implicación que ellos.

En cuanto a la calidad en los comentarios, Werbach & Hunter (2012) argumentan que el grado de implicación y de la calidad de los comentarios se puede mejorar creando un tejido social de juego en el que los jugadores siguen un código de honor y se auto-vigilan.

En este sentido hay que recalcar que cuando se diseñe una comunidad virtual de generación de ideas y, siguiendo la premisa que se acaba de presentar, se podría realizar dentro del diseño de la comunidad una parte de "vigilancia" en la que los profesores y los propios participantes sean los que den la voz de alarma si han detectado que ha habido un mal uso de la gamificación como ha sucedido en algún caso en la Comunidad Horizonte UNED 50.

Aunque siempre se tiende a dar por supuesto el buen uso de la comunidad y de la gamificación que ha sido diseñada para la misma, todavía hay muchas personas que explotan la gamificación para su propio beneficio para obtener puntos y finalmente conseguir el premio que en este caso es económico. En un juego, siempre habrá tramposos, pero tenemos que utilizar todas las herramientas que estén en nuestra mano para solventar este problema.

Existe un estudio de la YLS (Yale Law School, Universidad de Yale), que se centra en el desarrollo de los estudiantes únicamente por el “Interés intrínseco” a través de amplias oportunidades de investigación, empresas, servicios comunitarios y demás, que los alumnos van a tener por el hecho de haber estudiado en esa universidad.

Se podría argumentar que las escuelas de derecho de Yale, Harvard, MIT y Stanford, pueden permitirse el lujo de acabar con las motivaciones extrínsecas porque tienen los mejores estudiantes que ya están intrínsecamente motivados. Aun así, según se diseñe la gamificación, y se aplicara de una manera no adecuada en los colegios podríamos acabar con la motivación intrínseca de los alumnos, que en este caso son niños, como ya confirmó con anterioridad según la investigación realizada por Lepper et al.

Otras escuelas (a la vista de los grandes beneficios que, como ha quedado contrastado, generan las oportunidades de investigar y gozar de proyectos independientes que adquieren los alumnos y que mejoran su motivación intrínseca) animan a los educadores a centrarse en fomentar esta actitud frente al trabajo y que arraigue en sus alumnos. Hasta ahora simplemente se medían indicadores de participación, tasas de asistencia a clase, etc.

Si la educación es de hecho un juego que nos está fallando, entonces mejorar la sofisticación de la mecánica del juego no es la solución. Para resolver el problema, debemos mejorar las normas del juego y construir un sistema destinado a ampliar la motivación intrínseca

En esta parte del estudio se recomienda utilizar lo menos posible la gamificación, es decir, la motivación extrínseca, e intentar fomentar más la motivación intrínseca, que es la que de verdad hace avanzar.

Como se ha explicado anteriormente, se ponen de ejemplo universidades de renombre, que no dan puntos, porque los alumnos que allí estudian están lo suficientemente motivados como para trabajar en los proyectos que proponen.

Este punto nos viene a confirmar que, si el proyecto que se nos presenta es lo suficientemente interesante para nosotros, vamos a poner todo de nuestra parte para realizarlo, con independencia de que nos den puntos de experiencia, subamos de nivel o cualquier recompensa que nos puedan ofrecer.

En el diseño de la gamificación que estamos proponiendo basándonos en los aciertos y errores de otros diseños, sí que se introducen puntos, las estrellas y se puede subir de nivel en la comunidad, porque se considera que es necesario que el participante que ha trabajado en la comunidad vea recompensado su esfuerzo. Pero también y como se en manifiesta en líneas anteriores, no podemos descuidar la motivación intrínseca que va a hacer que el participante pase tiempo comentado y aportando ideas en la comunidad de conocimiento, el cómo lograrlo va a ser desarrollado a continuación, por tanto, se puede sacar en conclusión que se nos recomienda involucrar a los participantes en proyectos que sean muy interesantes.

Nuestra propuesta para la gestión de una comunidad de generación de ideas es plantear una gamificación como la que se ha reseñado hasta ahora, pero ir un paso más allá y que el premio final consista en que quien gane, o los mejores participantes de la comunidad puedan formar parte de una “Comisión de Cambio” de la Universidad o empresa, que organizó dicha plataforma. En este caso hubiera sido de la “UNED”.

Esta comisión estaría compuesta por expertos de la Universidad o de la empresa, y por los miembros que han realizado las mejores aportaciones en la comunidad.

La “Comisión de Cambio de la Universidad o empresa X” tendría como finalidad tratar sobre las ideas que han ganado de las aportaciones que han tenido los participantes. De esta manera las personas que participen en la Comunidad se verán incluidas en el proyecto y, de manera real, puesto que saben que posteriormente esas ideas se van a materializar.

Los participantes tendrían que asistir a reuniones, representando de alguna manera a la comunidad en la que participó y logrando que su esfuerzo, trabajo y dedicación se vea materializado en esa comisión de cambio. También se podría remunerar a la persona por cada día que asistiera a estas reuniones.

Al igual que en el trabajo, el peligro en la educación es que las personas cuando están en comunidades con un sistema gamificado, si sólo buscan ganar puntos, revierte en ahogar su creatividad. En una prueba ideada por el psicólogo Karl Duncker en los años 30, a los sujetos se les da una vela y una caja llena de tachuelas. El problema que tenían que resolver era fijar la vela a la pared de manera que cuando ésta estuviera encendida la cera no goteara sobre la mesa. La solución requiere cierta creatividad, las personas debían superar la fijación y darse cuenta de que no sólo podían utilizar las tachuelas para

sostenerla, sino que también se podía vaciar la caja y utilizarla como plataforma para la vela.

La mayoría de las personas intentarán algunas cosas antes de averiguar esto eventualmente. El psicólogo Glucksberg (1962) decidió probar el efecto de los incentivos sobre la velocidad de resolución de los participantes, y encontró que contrariamente a las expectativas, el grupo incentivado empleó de media 3,5 minutos más que el grupo de control.

Sirva mi propia experiencia profesional como ejemplo. Durante más de nueve años en centros educativos con jóvenes, lo que aprecio al respecto de los alumnos que tienen gran motivación intrínseca es que, cuando logran sus objetivos:

- Producen en ellos más motivación a corto plazo, que se traduce en mejores resultados futuros, es decir, tienen una realimentación en su motivación.
- A largo plazo, y en algunos casos el incentivo de obtener buenas notas y el “emocional” se integra en la nota “ideal” (que tiene un tope) y genera un sentimiento en el que el alumno queda “conforme” con una nota menor. Su motivación intrínseca ha bajado. Esto ha sucedido también con los participantes de la comunidad objeto de estudio al no verse de alguna manera recompensados por sus esfuerzos.
- En este símil que estoy haciendo de alumnos con los que trato con los participantes que han aportado ideas en la comunidad, hay veces que estos pueden recurrir a “atajos” y trampas para alcanzar los incentivos. Algo que desvirtúa todo el sistema y que es totalmente indeseable. Esto ha sucedido en algún caso en la comunidad.

En cuanto al reconocimiento, a los usuarios les divierte competir y que su victoria, en la mejor de las experiencias, aparezca en las redes sociales. Dicho reconocimiento a su esfuerzo mejora su imagen social en la red frente a sus contactos. Extrapolado a la empresa, consigue mayor reputación online que ayuda a mejorar la imagen de marca de la compañía, tanto de forma interna como externa, consagrándose.

Sobre este punto, queremos comentar que es muy importante que la gamificación, diseñada para una plataforma de generación de ideas, disponga de una parte de difusión de los logros alcanzados por los participantes. Cuando alguien hace algo bien, le reconforta que los demás le digan que ha realizado un buen trabajo. De esta manera consigue mayor reputación online y crece su motivación intrínseca.

Se podría realizar un apartado que fuera:

"Los participantes del momento", con los logros que han conseguido, siempre y cuando estén supeditados esos comentarios a una buena calidad que tienen que valorar tanto un jurado como sus propios compañeros.

Según Estellés & González (2012), "el crowdsourcing es un tipo de actividad online participativa en la que una persona, institución, organización sin ánimo de lucro o empresa, propone a un grupo de individuos mediante una convocatoria abierta flexible la realización libre y voluntaria de una tarea". El usuario recibirá la satisfacción de una necesidad concreta, ya sea económica, de reconocimiento social, de autoestima, o de desarrollo de aptitudes personales, mientras que el crowdsourcer obtendrá y utilizará en su beneficio la aportación del usuario, cuya forma dependerá del tipo de actividad realizada.

Si hablamos de una comunidad de generación de ideas para una empresa, gracias a facebook, la estrategia seguida es ofrecer un servicio de entretenimiento personalizado para los clientes y que entre ellos puedan compartir resultados. Cuando un cliente comparte en facebook algo sobre una empresa, ésta está obteniendo publicidad de forma gratuita, en este caso de un producto concreto. Todos los contactos de cada jugador lo identifican en su tablón, quizás tomándolo como referencia para una futura compra.

Según la descripción de experiencias pioneras en gamificación que hemos realizado independientemente del sector en el que operan, las organizaciones que desarrollan este tipo de prácticas buscan los siguientes objetivos:

- Reconocimiento social. La publicación en medios sociales de las puntuaciones supone una motivación para los participantes puesto que les permite alcanzar un reconocimiento social frente a los contactos.
- Publicidad. Los juegos propios de las empresas que permiten publicar los resultados en las redes sociales, están diseñados con el fin de anunciar un producto concreto de la marca para difundirlo entre los contactos de la red de los usuarios.
- Captación y retención de usuarios. A través de materializar los puntos en regalos y sorteos, el cliente siente una motivación por seguir jugando, a la vez que se fideliza con la

marca. Junto al boca-boca se obtiene publicidad y nuevos clientes. Dichos juegos crean una necesidad de producto por ser fácilmente alcanzables.

- Involucrar al cliente. El cliente es lo más importante en la empresa. El acercamiento se produce mediante la transparencia en el servicio.

Una plataforma de generación de ideas tiene que buscar:

- Reconocimiento social.

- Publicando los logros de los participantes en Facebook.

- Creando una comunidad abierta en Facebook.

Es interesante involucrar al participante y que éste se sienta que está integrado en la familia de la empresa o universidad de la que forma parte en esa comunidad. Se buscará el reconocimiento social, la publicidad para las marcas, la captación y retención de usuarios así como la implicación del cliente en los procesos relacionados con la empresa para conseguir ser más transparentes. A través de las descripciones que se han mostrado en este trabajo, podemos afirmar que la práctica del juego genera co-creación de valor porque promueve el desarrollo de ciertas capacidades dinámicas en las organizaciones. Una comunidad de inteligencia colectiva que está diseñada para colaborar en un ente universitario, debe actuar como nexo de unión entre la universidad y sus alumnos y profesores, y si es una comunidad de generación de ideas diseñada por una empresa, se tiene que crear un vínculo especial entre la empresa y los clientes. Una manera de conseguirlo sería abriendo un canal de comunicación que debería ser bidireccional, en este sentido y en el ejemplo de la comunidad objeto de nuestra investigación, ya confirmamos que era muy necesario que el perfil del “Community Manager” de la comunidad realizara una mayor tarea de apoyo, para que los alumnos comprobaran que había parte de la universidad que estaba pendiente de los temas que se estaban tratando, en este caso, en la UNED.

Otro aspecto, ya desarrollado previamente y considerado fundamental, sería la creación de un grupo de expertos por parte de las comunidades de generación de ideas, formado por expertos del ámbito de esta comunidad y que se involucraran en las ideas de los participantes.

Al final lo que desea en cualquier comunidad de generación de ideas es transformar las necesidades del participante en soluciones para la universidad o la empresa, para ello:

1→ Los participantes de la comunidad y las empresas y/o universidades deberían identificar las necesidades que se tienen.

2→ Las empresas y/o universidades deberían transformar y concretar la necesidad de una metodología óptima para resolverla.

3→ Las empresas y/o universidades deben utilizar las herramientas más adecuadas en cada caso para solventar el problema.

Como se ha ilustrado en el marco teórico del TFM, hay varias técnicas de innovación que la persona que va a crear una comunidad de generación de ideas podría tener en cuenta para mejorar la calidad de las ideas y el método para la innovación. Estas técnicas son:

- Crowdsourcing.
- Workshop creativos.
- Test de conceptos/ productos/ basados en la elección.

Para ello, la estrategia a seguir a la hora de que los participantes de la comunidad aporten ideas debería seguir los siguientes pasos:

1º Detectar los ámbitos en los que se van a solucionar problemas y/o se va a crear-innovar.

- Conocimientos de lo vivido por los usuarios/clientes de una empresa/universidad.
- Identificación de las necesidades no cubiertas y que están latentes.

2º Generación creativa y colectiva de soluciones innovadoras a partir de las ideas.

- Aprovechar la energía creativa colectiva de los usuarios potenciales.
- Utilizar grupos multidisciplinares de todos los ámbitos.

3º Valorar, seleccionar, depurar y ajustar las soluciones creadas.

- Seleccionando y depurando las ideas por parte del equipo consultor.
- Seleccionando y depurando las ideas por parte de los participantes.

Otra idea que proponemos para mejorar la comunidad, sería el proceso en cuanto a la selección y trabajo sobre las ideas que están aportando los participantes de la comunidad. Con independencia de los puntos que se otorgan y el premio final para el o los ganadores.

Seguidamente se va a especificar detenidamente los pasos ideales a seguir por los usuarios a la hora de proponer ideas.

### **1ª Parte. Detectar los ámbitos sobre los que se quiere mejorar**

En esta parte juega un papel muy importante el conocimiento que poseen todos los miembros que forman parte de la comunidad que se pretende mejorar: clientes, alumnos, profesores, personal de servicios, etc.

En el caso de nuestra investigación, en la Comunidad UNED, los temas sobre los cuáles se quería mejorar eran proporcionados por la misma UNED. Nuestra recomendación, basada en el estudio realizado, es que estos temas de partida en una comunidad de generación podrían ser también aportados por los miembros de la comunidad, ya que, por ejemplo, si es una comunidad vinculada a una empresa, los clientes son los que mejor saben qué se puede mejorar de un producto.

Un mes antes de la apertura de la comunidad, se podría realizar una encuesta a los participantes. Se les daría un conjunto de temas propuestos por los gestores de la comunidad para que valoraran la importancia o relevancia que tienen a la hora de ser mejorados, y también una casilla para que escriban comentarios sobre qué cambiarían y/o crearían ellos en la comunidad. De esta manera se podrían acotar el número de temas a tratar. Este proceso concentraría los comentarios en los temas restantes, lo que ayudaría a mejorar la calidad de las respuestas, puesto que como se puede observar en el análisis que se ha realizado, en muchas categorías la aportación ha sido muy pobre.

### **2ª Parte. Generación creativa y colectiva de soluciones innovadoras a partir de las ideas**

Según Deterding (2012), es preferible que primero se trabaje de manera individual y luego que se trabaje en grupo. Esto es en parte lo que se origina en la comunidad de trabajo “Horizonte UNED 50”, ya que de manera individual los participantes aportan sus ideas, y luego se comentan. Pero la realidad es que no se está trabajando en grupo.

Por lo que otra recomendación que verificamos como positiva es que, a raíz de ideas que han sido previamente filtradas por el equipo de la comunidad, se establecieran grupos de ideas, en las que se crearan grupos de trabajo para trabajar de manera síncrona, compartiendo sus impresiones sobre las ideas que previamente tuvieron y que son parecidas a las del resto del grupo de trabajo que ha sido creado. El trabajo en grupo sería en “tiempo real”, es decir, podrían quedar para hacer chats, videoconferencias, etc.



El contactar de manera síncrona mejora la calidad del trabajo. En la comunidad “Horizonte UNED” no se han creado grupos.

Hay investigaciones que tratan este tema y muestran qué es lo que se tiene en cuenta cuando se realiza un análisis de la información obtenida.

- En primer lugar, la mayoría de los trabajos se centran en el número de ideas generado, y no en su calidad, con el supuesto tácito de que más ideas conducirán a mejores ideas.
- En segundo lugar, los pocos trabajos que se centran en la calidad de las ideas lo hacen sobre la calidad media de las mismas en lugar de reconocer la excelencia de las mejores aportaciones.
- En tercer lugar, el foco de las investigaciones existentes se detiene en la creación del proceso, e ignora los procesos de selección que se aplican a los equipos que trabajan las ideas.

Este aspecto es fundamental, porque acorde con el artículo reseñado, nos debemos fijar e investigar no tanto en la cantidad de las ideas existentes, sino en la calidad de las mismas. Sin olvidarnos de los procesos de selección que se aplican a los equipos de recolección de las ideas más prometedoras para una mayor exploración.

Basándose en experiencias previas se puede articular una teoría que trabaje sobre los efectos de diferentes variables relacionadas con la calidad de la mejor idea:

(1) la calidad media de las ideas

(2) el número de ideas generadas

(3) mejorar la comunicación entre participantes, mejora la calidad de las ideas.

Terwiesch, Ulrich & Karan Girotra (2010) constataron que un proceso híbrido, en el que las personas dedican de manera individual un tiempo a hacer brainstorming a solas antes de discutir sus ideas con los compañeros, tenía como resultado un volumen mayor de ideas de buena calidad que realizar el ejercicio en equipo. Lo más importante, sin embargo, para las empresas en busca de innovación, dicen los autores, es que la mejor idea producida por el proceso híbrido supera a la mejor sugerencia del modelo tradicional.

En relación con la primera variable, la calidad media de las ideas, encontramos evidencias de que la mejor idea generada por un proceso híbrido es superior que la mejor idea generada por un proceso grupal. Este resultado es impulsado por el hecho de que el proceso híbrido genera alrededor de tres veces más ideas por unidad de tiempo y que estas ideas tienen significativamente mayor calidad media. Por eso es necesario que en la comunidad se permitiera una primera parte de generación de ideas de manera individual, para luego crear grupos de trabajo en torno a ideas comunes.

En cuanto a la segunda variable, el número de ideas generadas, confirmamos que el proceso híbrido es más favorable para identificar las ideas más óptimas del conjunto de ideas generadas previamente. Sin embargo, también observamos que tanto los procesos de grupo como los híbridos son, en términos absolutos, débiles en su capacidad de discernir la calidad de las ideas.

Por último deteniéndonos en la última variable, la literatura de la psicología social se origina en su mayoría a partir del libro de 1957, *Imaginación Aplicada* de Osborne (1957), que introduce el término de intercambio de ideas. Osborne argumentó que trabajar en equipo conduce a múltiples estímulos creativos y la interacción entre los participantes, lo convierte en un proceso altamente efectivo. Pero para ello es significativo la manera en la que el grupo se comunica.

Existen una serie de técnicas utilizadas en la empresa para fomentar y mejorar la comunicación de sus integrantes, entre ellas se pueden destacar:

- a) Deepquest
- b) Intrack
- c) Openquest
- d) Playquest
- e) Semanticquest
- f) Bigquest

Vamos a detenernos, por su valor para nuestro estudio, en el Openquest, mediante esta técnica los participantes van a interactuar a través de una plataforma “digital cerrada y exclusiva”. Esto no es positivo para una comunidad de generación de ideas que debería ser abierta, pero en este caso el tema que se está tratando o dicho de otra manera, los

objetivos que se buscan en una comunidad de generación de ideas es la mejora en algún aspecto, y como comentaba anteriormente, nadie mejor que los estudiantes, personal de Administración y Servicios, Personal Docente, etc. o clientes según la finalidad de la comunidad, sabrán cómo se puede mejorar.

Las comunidades además deberían aprovechar las bondades de las siguientes herramientas:

1.- Foro → Esta herramienta la tiene, ya que se tratan temas diferenciados y estructurados por categorías y sub-categorías.

2.- Chats → Deberían de añadir chats, por las bondades que estos nos ofrecen. En el chat, se cumple más que nunca la idea de que la comunicación humana es actividad, producción y comprensión, actividad social, actividad verbal, pero también está cargada de intención. Si es posible sostener que la conversación real es el paradigma de la comunicación humana, el chat es, sin duda, el paradigma de la comunicación humana en su variedad virtual. Por ello, como afirma Mayans (2000), el tiempo pasa sin notarlo y la actividad de chatear se convierte en algo muy fructífero y adictivo. Esta implicación e interés en la comunicación es muy importante para la construcción del discurso, pues la actividad de chatear tiene sus limitaciones. Sin embargo, como creemos haber mostrado, las peculiaridades que se observan en esta modalidad discursiva, sus similitudes y sus diferencias con respecto a la conversación oral, no deben entenderse como copias o reflejos de lo hablado, o como intentos de suplir las carencias del medio escrito y, por ende, virtual, sino como un testimonio de la capacidad de adaptación y colonización de la competencia comunicativa humana en cualquier medio. Circunstancias propiciadas por el sistema, tales como la inmediatez en la producción y recepción del texto, o la permanencia momentánea en la pantalla de intervenciones previas, se ven potenciadas por una significativa voluntad cooperativa en la construcción del discurso por parte de los participantes, que, animados por un inicial afán lúdico, son capaces de concertar lo hablado y lo escrito en la organización y ordenación de la materia discursiva.

Otra de las herramientas que se podría utilizar es Slack, que nos serviría para fomentar la interacción con grupos, trabajando por categorías y subcategorías y mejorar el sincronismo.

Entre las bondades de Slack que pueden ser beneficiosas para mejorar nuestra futura comunidad de ideas encontramos:

#### a.- Disfrutar de las notificaciones avanzadas

Es una increíble forma de utilizar las notificaciones, podemos utilizar el sistema tradicional de notificaciones que llevan la mayoría de aplicaciones en las que nos llega un aviso cada vez que alguien comenta algo en un grupo, ya sea mediante notificación sonora o visual.

Sin embargo, presenta también un sistema de notificaciones avanzado en el que solo recibiremos aviso en el caso de que nos hayan mencionado, o sea un mensaje privado o alguien que haya comentado acerca de una palabra clave que previamente hayamos definido. Por ejemplo, nos podría notificar cada vez que alguien escribe la palabra “reunión” en una conversación.

O también dentro de una conversación podemos incluir un comentario de otro participante, escribiendo su Nick, y entonces a él le llegará una notificación privada como que alguien ha hecho una referencia de su él en un comentario. De esta manera él puede ver la respuesta o comentario de un participante a la que él hizo previamente. Con esto se mejoran las comunicaciones, porque a veces, como se puede ver en el análisis que se ha realizado, hay comentarios de participantes que solicitan respuesta, y esta nunca es recibida, ya que queda en el olvido.

#### b.- Segmentar la comunicación en canales temáticos

Con esta herramienta se pueden crear todos los canales de comunicación que se deseen. A través de estos canales, las conversaciones se organizan y distribuyen, creando grupos de trabajos de diferentes temáticas.

#### c.- Conecta con aplicaciones externas

Una de las funcionalidades más importantes que tiene Slack es la potente capacidad que posee para conectar con otras herramientas, como Gmail, Google Calendar, IFTTT, RSS, etc. Lo que hace que se pueda dar una mayor difusión a todo lo que se ha ido co-creando en la comunidad.

#### d.- Centralizar la comunicación

Para nuestro objetivo este punto se revela como fundamental, ya que con Slack podemos centralizar las conversaciones, debido a que se pueden realizar conversaciones mediante whatsapp, facebook, hangouts, skype, etc. Utilizando esta herramienta para las comunicaciones tendremos de manera organizada cronológicamente toda la información.

#### e.- Disfrutar mientras nos comunicamos

También son importantes los momentos de divertimento, en este sentido Slack da un toque dinámico y divertido a las conversaciones, se pueden enviar audios, videos, GIFs y pdf's. Además es muy dinámico, ya que existe una app para cada dispositivo y para cada sistema, igualmente se puede utilizar la versión web. Lo que nos da la posibilidad de poder utilizarlo en cualquier instante y en cualquier lugar.

3.- Contenido multimedia→ Sería muy positivo que la plataforma permitiera poder tener un repositorio de archivos multimedia, con el objeto de que los usuarios pudieran introducir ficheros de todo tipo, fotos, audios, videos, etc.

El último paso ideal que se debería seguir por el usuario a la hora de proponer una idea sería el siguiente:

### **3ª Parte. Valorar, seleccionar, depurar y ajustar las soluciones creadas.**

Una vez se han debatido en grupo las ideas, ahora tiene lugar la selección y depuración de las mismas.

1. Reducir el riesgo de la convergencia prematura que se produce cuando los participantes se ponen de acuerdo demasiado rápido sin evaluar la totalidad de alternativas, ni estudiar el problema a fondo.
2. Estimular la exploración de nuevos territorios para evitar los distintos tipos de conformismos.
3. Mantener y retener una “masa crítica” de usuarios con perfiles suficientemente diversos y altamente motivados.
4. Estimular el razonamiento basado en la evidencia, para que sea realmente fundado.
5. Fijar reglas de “community governance”, con estructuras de funcionamiento y un reparto de roles que asegure la autorregulación eficiente.

Si nuestro objetivo es crear una plataforma que supere estas limitaciones, debería combinar estos tres tipos de tecnologías:

- 1) Sistemas on-line de argumentación (“on-line argumentation systems”)
- 2) Simulaciones por ordenador
- 3) Herramientas de toma colectiva de decisiones.

Los “sistemas de argumentación” pretenden atajar estos problemas definiendo y ordenando:

- a) Preguntas: mapas o “redes de temas” (preguntas que hay que responder)
- b) Alternativas o “posiciones” (distintas respuestas posibles a esas preguntas)
- c) Argumentos (ideas que sirven para justificar una “posición” o rechazar la de otro).

Este sistema permite que los debates colectivos, incluso los más complejos, sean más completos y sistematizados. Evita redundancias y dispersión, y presenta los resultados en un formato más compacto y fácil de leer. Y lo que también es muy importante, la propia dinámica del sistema invita a los participantes a tener que argumentar sus posturas y a aportar evidencias que justifiquen la alternativa elegida.

En términos prácticos, el sistema pide a los usuarios que cataloguen todas sus contribuciones y las conecten con el punto correspondiente del “mapa de argumentos”, evitando así la duplicación y dispersión de ideas.

Se deberían utilizar herramientas de toma colectiva de decisiones (“collective decision-making tools”). Éstas son necesarias para reducir el número de alternativas de solución posibles y propiciar la convergencia hacia las más prometedoras. Se trata, en definitiva, de introducir sistemas de agregación y síntesis de los debates, para que éstos conduzcan a propuestas concretas y de interés operativo. Por ejemplo, para cada “pregunta” (“issue”) se puede votar la mejor “alternativa” (“position”) según el usuario. Entonces el sistema despliega automáticamente las alternativas en el orden que han sido votadas e incluso, puede correr las simulaciones usando las alternativas (parámetros) más votados.

## 9. Bibliografía

ANAND, G.; WARD, P.T.; TATIKONDA, M.V. (1999). Role of explicit and tacit knowledge in six sigma projects: An empirical examination of differential project success. *Journal of Operations Management*, 4: 303-315.

ARRIAZU, R. (2007). ¿Nuevos medios o nuevas formas de indagación?: Una propuesta metodológica para la investigación social on-line a través del foro de discusión. *Forum Qualitative Social Research*, 8(3), Art. 37.

AUGÉ, M. (1994), *Los no lugares*, Barcelona, Gedisa.

BARAB, S. A., & DUFFY, T. (2000). From Practice Fields to communities of Practice. In D. Jonassen & S. Land (Eds.), *Theoretical foundations of learning environments*:Mahwah, NJ:Erlbaum.

BARAB, S. A., THOMAS, M. K., & MERRIL, H. (2001). Online Learning: From Information Dissemination to Fostering Collaboration. *Journal of Interactive Learning Research*, 12(1), 105-143.

BARDIN, L. (2002). *Análisis de contenido*. Madrid, España: Akal.

BARRY, B. y STEWART, G.L. (1997). Composition, process, and performance in self-managed groups. The role of personality. *Journal of Applied Psychology*, 62-78.

BORRÁS GENÉ, O. (2015). Fundamentos de Gamificación. Recuperado a partir de [http://oa.upm.es/35517/1/fundamentos%20de%20la%20gamificacion\\_v1.1.pdf](http://oa.upm.es/35517/1/fundamentos%20de%20la%20gamificacion_v1.1.pdf)

BRABHAM D. C., 2009. Crowdsourcing the public participation process for planning projects, *Planning Theory* 8, pp. 242-262.

BROGDEM, L. M., & COUROS, A. (2006). *Technology in Education: A Literature Review*: Saskatchewan Instructional Development and Research Unit (SIDRU). University of Regina.

BROWN, J.S., & DUGUID, P. (2000). *The social life of information*. Boston: Harvard Business Books Press.

CABERO, J. (1998) Las aportaciones de las nuevas tecnologías a las instituciones de formación continuas: Reflexiones para comenzar el debate. <http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/85.pdf>

CAMERER, COLIN F. 1997. "Progress in Behavioral Game Theory." *Journal of Economic Perspectives*, 11(4): 167-188.

COTO, M., & DIRCKINCK-HOLMFELD, L. (2008). Facilitating Communities of Practice in Teacher Professional Development Proceedings of the 6th International Conference on Networked Learning. Greece: Lancaster University.

CRONIN, B. & DAVENPORT, E. Social Intelligence. *ARIST* (1993)28:3-44.

DECI, E. L., y RYAN, R. M. (Eds.), (2002). Handbook of self-determination research. Rochester, NY: University of Rochester Press.

DESIGN-BASED RESEARCH COLLECTIVE. (2003). Design-Based Research: An Emerging Paradigm for Educational Inquiry. *Educational Researcher*, 32(1), 5-8.

DETERDING, S. (2012). Gamification: designing for motivation. *interactions*, 19(4), 14–17.

DOMÍNGUEZ, D. (2003). Investigación educativa en contextos tecnológicos: apropiación metodológica de las nuevas tecnologías. En A. Medina y S. Castillo (Eds.), *Metodología para la realización de proyectos de investigación y tesis doctorales* (pp. 267-289). Madrid: Universitas.

ESTELLÉS AROLAS, E.; GONZÁLEZ LADRÓN-DE-GUEVARA, F. (2002) Towards an integrated crowdsourcing definition. *Journal of Information Science*

FELIZ, T. y RICOY, M. C. (2003). El descubrimiento de la dimensión cualitativa de la investigación a través de un foro educativo. En A. Medina y S. Castillo (Eds.), *Metodología para la realización de proyectos de investigación y tesis doctorales* (pp. 131-165). Madrid: UNED.

GARRIDO, A. (2003). El aprendizaje como identidad de participación en la práctica de una comunidad virtual (Trabajo de Doctorado). UOC. Barcelona.

GIROTRA, C. TERWIESCH, K. ULRICH, T. (2010). *Management Science* 56 (4), 591-605

GNEEZI, U., & RUSTICHINI, A. (2000). Pay enough or don't pay at all. *Quarterly journal of economics*, 791–810.

GLUCKSBERG, S. (1962). The influence of strength of drive on functional fixedness and perceptual recognition. *Journal of Experimental Psychology* 63, 36–41.

GOFFMAN, E. (1987), *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.



GREEN PAPER ON THE INFORMATION SOCIETY IN PORTUGAL (2005), [en línea], Portugal <<http://ec.europa.eu/idabc/en/document/4872/5659/>>.

GROS, B., & SILVA, J. (2005). La formación del profesorado como docente en los espacios virtuales de aprendizaje. *Revista Iberoamericana de Educación*, 36(1).

HINE, C. (2003), *Etnografía Virtual*, Barcelona, UOC.

HOPENHAYN, M. (2003), "Educación, comunicación y cultura en la sociedad de la información: una perspectiva latinoamericana", *Revista de la CEPAL*, Nº 81, Chile.

HOWE, J. (2006) The rise of crowdsourcing. *Wired magazine*.

LÉVY, P. (1994). *Inteligencia Colectiva por una antropología del ciberespacio*. Organización Panamericana de la Salud. Unidad de Promoción y Desarrollo de la Integración y el Centro Latinoamericano y del Caribe de Información de Ciencias de la Salud. Washington.

<http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>

LICHTENTHALER, U.; ERNST, H. (2006). Attitudes to externally organising knowledge management task: a review, reconsideration and extension of the NIH syndrome. *R&D Management*, 36(4): 367-386.

MARTÍN, I. & HIERRO, E. (2013). *Gamificación: El poder del juego en la gestión empresarial y la conexión con los clientes*. Ed. Empresa Activa.

MELLSTRÖM, C., & JOHANNESON, M. (2008). Crowding out in blood donation: was Titmuss right? *Journal of the European Economic Association*, 6, 845-863

RAMIREZ, J.L (2014). *Gamificación: mecánicas de juegos en tu vida personal y profesional*. Ed. RC Libros. ISBN 9788494127267

TURKLE, S. (2003), *La vida en la pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet*, Barcelona, Paidós.

WANG, F., & HANNAFIN, M. J. (2005). Design-based research and technology-enhanced learning environments. *Educational Technology Research and Development*, 53(4), 5-23.

WORLD BANK (2000): World Development Report 2000/2001: Attacking Poverty. Oxford University press, New York.(2002):Globalization, Growth and Poverty . Oxford University press,NewYork.(2003): World Development Indicators (WDI):2003, CD-ROM, World Bank

ZICHERMANN, G., & CUNNINGHAM, C. (2011). *Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps*. O'Reilly Media.

**Anexo. Tablas con número de comentarios por participante**

Tabla. Número de mensajes totales por participante.

Participante	Número Total de comentarios
P1	2
P2	3
P3	7
P4	1
P5	1
P6	1
P7	2
P8	244
P9	3
P10	2
P11	5
P12	4
P13	1
P14	184
P15	1
P16	2
P17	2
P18	1
P19	4
P20	5
P21	17
P22	3
P23	3
P24	34
P25	56
P26	3
P27	1
P28	7
P29	2
P30	1
P31	1
P32	1
P33	1
P34	56
P35	3
P36	1
P37	1
P38	5
P39	2
P40	6
P41	2

P42	6
P43	1
P44	1
P45	2
P46	2
P47	4
P48	1
P49	1
P50	15
P51	2
P52	1
P53	3
P53	6
P54	1
P55	4
Comunity Manager	23
Comunity Manager 2	18
Comunity Manager 3	17
Comunity Manager1	15
Comunity Manager2	15
Comunity Manager3	13
P56	3
P57	1
P58	2
P59	1
P60	1
P61	1
P62	12
P63	2
P64	1
P65	1
P66	18
P67	1
P68	1
P69	1
P70	2
P71	1
P72	4
P73	5
P74	2
P75	1
P76	92
P77	3
P78	1
P79	3

P79	2
P80	1
P81	18
P82	1
P83	1
P84	2
P85	23
P86	112
P87	1
P88	236
P89	252
P90	4
P91	46
P92	1
P93	1
P94	2
P95	1
P96	1
P97	1
P98	17
P99	11
P100	2
P101	9
P102	16
P103	1
P104	3
P105	1
P106	30
P107	16
P108	1
P109	4
P110	1
P111	3
P112	1
P113	1
P114	1
P115	2
P116	4
P117	5
P118	2
P119	2
P120	1
P121	5
P122	2
P123	1

P124	7
P125	6
P126	2
P127	18
P128	12
P129	1
P130	4
P131	1
P132	1
P133	1
P134	1
P135	1
P136	2
P137	3
P138	1
P139	1
P140	1
P141	1
P142	2
P143	7
P144	2
P145	1
P146	2
P147	1
P148	1
P149	2
P150	1
P151	1
P152	1
P153	1
P154	1
P155	1
P156	67
P157	89
P158	1
P159	1
P160	1
P161	4
P162	1
P163	1
P164	1
P165	1
P166	1
P167	1
P168	1

P169	2
P170	1
P171	2
P172	1
P173	2
P174	14
P175	9
P176	4
P177	2
P178	3
P179	3
P180	6
P181	1
P182	5
P183	4
P184	1
P185	1
P186	17
P187	4
P188	6
P189	4
P190	2
P191	9
P192	12
P193	1
P194	11
P195	11
P196	1
P197	10
P198	2
P199	1
P200	1
P201	1
P202	3
P203	2
P206	23
P207	1
P208	1
P209	1
P210	3
P211	1
P212	1
P213	1
P214	1
P215	1

P216	1
P217	1
P218	1
P219	2

Tabla. Número de aportaciones de ideas por participante.

Participante	Número de propuestas de idea
P1	1
P2	1
P3	2
P4	0
P5	0
P6	0
P7	1
P8	15
P9	1
P10	1
P11	2
P12	1
P13	0
P14	12
P15	0
P16	1
P17	1
P18	0
P19	1
P20	2
P21	5
P22	1
P23	1
P24	16
P25	13
P26	1
P27	0
P28	2
P29	0
P30	1
P31	0
P32	0
P33	1
P34	11
P35	1
P36	0
P37	0



P38	2
P39	1
P40	1
P41	1
P42	3
P43	0
P44	1
P45	1
P46	1
P47	2
P48	0
P49	1
P50	4
P51	1
P52	0
P53	1
P53	2
P54	0
P55	1
Comunity Manager	0
Comunity Manager 2	0
Comunity Manager 3	0
Comunity Manager1	0
Comunity Manager2	0
Comunity Manager3	0
P56	1
P57	0
P58	0
P59	0
P60	0
P61	1
P62	3
P63	1
P64	0
P65	1
P66	3
P67	0
P68	0
P69	0
P70	1
P71	0
P72	2
P73	2
P74	1
P75	0

P76	10
P77	1
P78	0
P79	1
P79	1
P80	0
P81	7
P82	0
P83	1
P84	1
P85	12
P86	21
P87	0
P88	24
P89	31
P90	1
P91	8
P92	1
P93	1
P94	1
P95	0
P96	0
P97	0
P98	3
P99	6
P100	1
P101	7
P102	5
P103	0
P104	1
P105	0
P106	7
P107	6
P108	0
P109	2
P110	0
P111	1
P112	0
P113	0
P114	0
P115	1
P116	1
P117	2
P118	1
P119	1

P120	0
P121	2
P122	1
P123	0
P124	2
P125	1
P126	1
P127	7
P128	4
P129	0
P130	2
P131	0
P132	0
P133	0
P134	0
P135	1
P136	1
P137	1
P138	1
P139	0
P140	0
P141	0
P142	1
P143	2
P144	1
P145	1
P146	0
P147	1
P148	0
P149	1
P150	0
P151	1
P152	0
P153	0
P154	1
P155	0
P156	18
P157	11
P158	0
P159	1
P160	0
P161	1
P162	1
P163	0
P164	0

P165	0
P166	0
P167	0
P168	0
P169	1
P170	0
P171	1
P172	0
P173	1
P174	1
P175	3
P176	1
P177	1
P178	1
P179	1
P180	2
P181	0
P182	1
P183	2
P184	0
P185	0
P186	4
P187	2
P188	3
P189	1
P190	0
P191	4
P192	2
P193	0
P194	3
P195	5
P196	0
P197	2
P198	0
P199	0
P200	0
P201	0
P202	1
P203	1
P206	6
P207	0
P208	1
P209	0
P210	1
P211	1

P212	0
P213	1
P214	0
P215	0
P216	0
P217	1
P218	1
P219	0