

Las redes sociales del siglo XXI como cambio paradigmático en procesos educativos informales

21st Century Social Networks as a Paradigm Shift in Informal Educational Processes

Tania Daniela VILLAR NAGUANAGUA*

José de Jesús FLORES FIGUEROA**

RESUMEN

Con la Revolución Digital ya partir de la pandemia por el Covid-19, la educación informal, impartida a través de las redes sociales, se ha convertido en un componente fundamental para la educación a distancia. Este cambio hacia lo digital que se viene dando desde hace algunos años ha producido transformaciones no solo en los paradigmas mediáticos, sino también en los métodos de enseñanza tradicionales establecidos durante décadas, modificando así las formas de difundir y divulgar conocimiento. La implementación y el uso continuo de las distintas aplicaciones, y redes sociales en los teléfonos celulares, las tabletas u otros dispositivos inteligentes ha generado que hoy en día los usuarios no nada más tengan el poder de decidir qué leen, cómo lo leen y cuándo lo leen, sino también de crear y compartir su propio contenido, y sus propios análisis de la información compartida. Lo que ha llevado a que cada vez sea más frecuente el uso de las redes sociales como un medio educativo para el aprendizaje, en el que el usuario, tanto productor como consumidor (*prosumer*), utiliza elementos creativos que establecen una nueva tendencia narrativa para transmitir contenidos educativos informales. Con este artículo se pretende determinar cuáles son esos elementos creativos, de qué manera son utilizados por los creadores y por qué los usuarios prefieren y apoyan la educación informal en tres redes sociales. Para ello, se desarrolló una investigación documental con un nivel descriptivo. Se utilizaron las técnicas, de la observación y la encuesta como instrumentos de recolección de datos.

Palabras clave: redes sociales; educación informal; creatividad; usuarios; TIC.

ABSTRACT

With the Digital Revolution since the Covid-19 pandemic, informal education, delivered through social networks, has become a fundamental component of distance education. This shift towards the digital world, which has been in progress for some years now, has produced transformations not only in media paradigms, but also in the traditional teaching methods

* Lic. en Comunicación Social, mención audiovisual por la Universidad Católica Santa Rosa, en Caracas, Venezuela. Con cinco años de experiencia en producción de televisión. Becaria CONAHCYT cursando el último semestre de la Maestría en Estudios y Procesos Creativos en Arte y Diseño, en la Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, en Ciudad Juárez, Chihuahua, México. Contacto: taniavillar2211@gmail.com

** Doctor en Letras Modernas. Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, Chihuahua, México. Contacto: jose.flores@uacj.mx

established for decades, thus changing the ways of disseminating and spreading knowledge. The implementation and continuous use of different applications and social media on mobile phones, tablets and other smart devices has enabled users today not only to have the power to decide what they read, how they read it and when they read it, but also to create and share their own content and their own analysis of the information shared. This has led to the increasingly frequent use of social networks as an educational tool for learning, in which the user, both producer and consumer (prosumer), uses creative elements that establish a new narrative trend to offer informal educational content. This article aims to determine what these creative elements are, how they are used by creators and why users prefer and support informal education in three social networks. For this purpose, a descriptive documentary research was carried out, and observation and survey techniques were used as data collection instruments.

Key words: social networks; informal education; creativity; users; ICT.

Desarrollo

El cambio a lo digital

La Revolución Industrial, acaecida a mediados del siglo XIX, así como la Revolución Tecnológica de finales del siglo XX y que vivimos en la tercera década de esta centuria con creciente intensidad, han mostrado marcados avances tecnológicos para el desarrollo de la humanidad. Asimismo, la invención y democratización del uso de las computadoras, softwares informáticos y dispositivos móviles (tabletas/teléfonos celulares), redefinió procesos, conceptualizaciones y paradigmas sociales establecidos por décadas. Por lo que, la evolución y la expansión del internet ha traído consigo el desarrollo de lo que conocemos como la Web 2.0 o Web Social, que como su nombre lo indica, es un conjunto de sitios web que permiten compartir información y/o contenidos, a través de los cuales, el usuario (receptor), interactúa proactivamente y de manera continua en la creación y en la difusión del contenido publicado. Como consecuencia de todo esto, una de las tecnologías más influidas fueron los medios de comunicación masiva, que tuvieron que pasar del entorno análogo a la realidad digital, dando lugar al término: medios digitales.

Tanto el término como el concepto surgen a finales del siglo XX con la aparición del Internet, y la World Wide Web conocida mayormente por sus siglas en inglés: www o web. Para Danel “los medios digitales son los espacios donde se genera la comunicación y el intercambio de información; es decir, aquellas plataformas que nos da el internet” (Danel, 2022: 1). Asimismo, según Cabrera los nuevos medios digitales, “podrían definirse como el servicio de acceso a la información a través de las nuevas tecnologías” (Cabrera, 2012: 1).

Este cambio paradigmático operado en la comunicación, durante el siglo XXI, se visualiza mejor cuando se revisan las estadísticas que señalan el cambio en el uso de los medios de comunicación masiva tradicionales por los digitales. Según cifras del portal web Data Reportal, en su informe de Resumen Global 2023 (Digital 2023 Global Overview Report), realizado en enero del mismo año, se dan las siguientes cifras:

actualmente hay 5.160 millones de usuarios de Internet en el mundo, lo que significa que el 64,4 % de la población total del mundo está ahora en línea [y] 5.440 millones de personas utilizan teléfonos móviles (...) lo que equivale al 68 % de la población mundial total (Kempi, 2023: 9).

Dichas cifras han llevado a que, hoy en día, Internet no solo ha modificado la economía, el entretenimiento, las maneras de comunicarse y la educación, sino que ha globalizado la información, lo que ha convertido a Internet en la plataforma de comunicación más poderosa de la historia humana tal y como lo afirma Vilches:

Sea como sea, tanto la vida económica y política, así como las relaciones sociales, la educación y el entretenimiento se encuentran sometidos a un proceso de migración que algunos ya han bautizado como el nuevo orden social. Ese flamante equilibrio se expresa en una sociedad que gira alrededor de lo digital y que es a la vez un territorio de desarrollo económico, así como el centro de las comunicaciones (Vilches, 2001: 13).

Por otro lado, el presente y altamente complejo mundo de la comunicación digital está determinado por los desarrollos tecnológicos que configuran nuevas formas de construcción de los mensajes (nuevas narrativas), nuevas dinámicas para la transmisión, distribución y exhibición de esos mensajes (nuevos medios), nuevas posibilidades de relación e interacción de los lenguajes y de los medios con el usuario (nuevos usos y apropiaciones), así como nuevas comunidades de consumidores creadas según intereses particulares (nuevas audiencias), en medio de un ambiente comunicativo (Arango, 2013).

Del mismo modo, los nuevos medios tienen un lenguaje propio y unas características de comunicación y contenidos diferentes a los tradicionales (prensa, radio y televisión). Y son estas características (multimedia, inmediatez, interconexión e interactividad), las que marcan y determinan hoy en día la era mediática digital. En este contexto comunicacional los medios digitales permiten la diversidad de formatos y elementos multimedia (audio, vídeo, páginas web, imágenes, libros, redes sociales, etc.), y nuevas narrativas transmedia/crossmedia en un mismo espacio virtual. Como resultado, quienes utilizan estos medios se han convertido en los principales difusores y creadores de contenidos a nivel global mediante dispositivos electrónicos como computadoras, teléfonos celulares, tabletas y consolas de videojuegos, entre otros.

Esto ha llevado a que actualmente los usuarios no solo se puedan comunicar entre dos o más personas en cualquier parte del mundo, sino que sean capaces de visualizar, crear, compartir y modificar cualquier tipo de información en tiempo real. En otras palabras, el usuario moderno ya no es un receptor pasivo, sino que se ha transformado en un prosumidor activo, capaz de analizar y seleccionar la información recibida en cualquiera de los canales creativos que ofrece la red mundial. De acuerdo con Corona:

El boom de Internet en la última década del siglo XX hizo que todos los cambios que ya empezaban a suceder en otros medios se hicieran más grandes o evidentes. A diferencia de la televisión, por ejemplo, Internet produce flujos de usuarios a través de su espacio, los cuales pueden estar navegando o transitando recorridos compartidos, pero generando secuencias de interpretación y significados diferentes, al menos en alguno de sus elementos. Ya no hay un espacio-temporal simultáneo en el que el consumo de mensajes e información sea uniforme por parte de los receptores. En Internet, en muchos casos, son los propios usuarios los encargados de producir y consumir mensajes e información (Corona, 2012: 66).

Por ende, la era mediática digital pone fin al paradigma de comunicación horizontal y la hegemonía comunicacional que tenían los medios masificadores, globalizando por completo la información y, generando así, un nuevo fenómeno comunicacional al que muchos autores llaman, participativo o medios sociales.

En cuanto a lo que se refiere a las redes sociales, como herramienta digital, tienen su origen con el desarrollo del Internet y el crecimiento de la Web 2.0 o Web Social. A mediados del pasado siglo XX, surge la idea de conectar varias computadoras entre sí, es así, que, en 1969, de una propuesta de red militar del Departamento de Defensa de los Estados Unidos se crea ARPANET, “una red de ordenadores creada durante la Guerra Fría cuyo objetivo era eliminar la dependencia de un Ordenador Central, y así hacer mucho menos vulnerables las comunicaciones militares norteamericanas” (Sevilla, s/f: 8).

Debido a los avances tecnológicos y la globalización del Internet, diferentes usuarios en distintos lugares del mundo empezaron a ponerse en contacto. Por lo que, de acuerdo con algunos autores como Durango y Kiehne las redes sociales iniciaron con la creación del correo electrónico en 1970, ya que éste fue el primero en desarrollar la comunicación entre usuarios en línea.

No obstante, aunque gracias al correo electrónico se podía establecer una conexión entre usuarios a través de un dispositivo conectado a Internet, es hasta mediados de los años noventa, cuando realmente surgen las páginas web dedicadas a la interacción en línea, formando redes de individuos que comparten intereses, actividades o relaciones en común. Se puede decir que la primera red social de importancia fue Classmates, creada por Randy Conrads en 1995. Dicha red consistía en encontrar y contactar a excompañeros de clases. Pero, aunque dichas redes permitían la unión-conexión de personas a través de vínculos personales, no facilitaban aún la interacción por parte de los usuarios de manera masiva. Por consiguiente, de nueva cuenta, surge la necesidad no solamente de conectarse y comunicarse a través de Internet, sino también de interactuar.

Por ello, con la llegada del nuevo milenio, se desarrolló una nueva generación de sitios web en los que la interacción y la interoperatividad, por parte de los usuarios, era el objetivo principal, por lo que estos dejan de ser pasivos y se convierten en agentes completamente activos, generando de esta manera contenidos y formando parte de comunidades virtuales. “La creación y masificación de Internet -y específicamente de la Web en 1990- ha significado que, en las últimas décadas, todos quienes tienen acceso a esta red puedan opinar y organizarse activamente en torno a intereses comunes” (Ayala, 2014: 24). Las redes sociales, los blogs, las wikis, los sitios de alojamiento de vídeos, los podcasts y las páginas de ventas forman parte de la llamada web 2.0 o web social. Al respecto, Pérez indica que:

en los últimos años ha sido posible observar un creciente número de servicios y aplicaciones que han incrementado las posibilidades interactivas de la www, facilitando con esto la creación colectiva y distribución de todo tipo de documentos electrónicos, así como de herramientas que permiten la administración de las redes sociales en línea (Pérez, 2011: 58).

El cambio de una red de lectura únicamente informativa (Web 1.0) a una más activa por parte de los usuarios (Web 2.0), en la que no solo consumen, sino que también producen, dio como resultado la formación de empresas como Google, Wikipedia, Yahoo y FeedReader.net, entre otras, mismas que contribuyeron al mejor desarrollo de la www, así como a la creación de nuevas redes sociales más interactivas, personalizadas e incluso basadas en la multimedia.

Sin entrar en detalle, se puede comentar de ellos que en general se tratan de aplicaciones y servicios que usan a la Web como interfase y que permiten mayores niveles de interacción que los dados tan solo a través de las herramientas como el HTML, el HTTP y el URL (Pérez, 2011: 60-62). A mediados del año 2010 y como consecuencia del avance de la tecnología móvil, las redes sociales se encontraban en un estado de desarrollo acelerado y, por lo tanto, la necesidad de comunicación, interacción y conexión mucho más eficientes entre personas ya se había establecido como prioridad. En consecuencia, en la más

reciente década del siglo XXI aparecieron cada vez más redes sociales como, por ejemplo, Facebook, Instagram, Twitter (cuyo nombre fue cambiado a X) que trataron de competir con las que ya estaban posicionadas y, en ese momento, fuertemente establecidas.

El desarrollo y el auge de las redes sociales se han convertido hoy en una herramienta fundamental para la comunicación, modificando y reformulando los paradigmas establecidos en la forma de comunicarse y en la interacción social. “La creación y masificación de Internet -y específicamente de la Web en 1990- ha significado que, en las últimas décadas, todos quienes tienen acceso a esta red puedan opinar y organizarse activamente en torno a intereses comunes” (Ayala, 2014: 24). En consecuencia, la intervención de los usuarios en los contenidos publicados en las plataformas ha generado, como se dijo en párrafos anteriores, la creación de comunidades virtuales y la participación ciudadana en todos los países del mundo.

Asimismo, dicha colaboración entre ciudadanos y entidades formales ha llevado a que el receptor, en su cambio de agente pasivo a activo, se convierta en lo que conocemos como prosumidor. Es decir, un usuario (receptor) que consume información, pero que a su vez es creador de dicho contenido. Lo que constituye un ejemplo claro del progreso a nivel social que han traído las redes digitales. Por ello, De la Torre, señala que los usuarios “en la web 2.0 producen contenidos, participan del valor de intercambio y colaboran en el desarrollo de la tecnología. Se establece un nuevo proceso de comunicación que genera un flujo activo de participación” (De la Torre, 2012: 7).

Esos avances se reflejan en la reformulación del concepto de emisor-receptor. Del mismo modo, el mundo del Internet y las redes sociales es cada vez más amplio, por lo que, aunque inicialmente fueron diseñados o concebidos para interactuar, comunicarse y concertarse, hoy en día pueden utilizarse con otros fines como la educación, las finanzas y el entretenimiento. “La extraordinaria capacidad de comunicación y para poner en contacto a las personas que tienen las redes ha provocado que un gran número de personas las esté utilizando con fines muy distintos” (De Haro, 2012: 1).

Hoy en día, se puede decir que cada vez son más apremiantes la necesidad de información y de conexión-interacción e instantaneidad para el desarrollo de las sociedades contemporáneas en cualquier nivel y en todos los países de la tierra. Y es que a medida que la tecnología avanza, las redes sociales también lo hacen, lo que ha dado como resultado que, desde hace algún tiempo, incluso algunos investigadores estén planteando y reflexionando acerca de la posibilidad de una Web 6.0 y 7.0. En donde las grandes empresas del Internet y las redes sociales apuestan al nuevo concepto de inteligencia artificial (IA) y criptomonedas, creando espacios virtuales sociales, económicos, educativos y de entretenimiento llamados metaversos.

Evolución del aprendizaje en línea

Los avances tecnológicos han desarrollado e implementado nuevas herramientas de enseñanza y aprendizaje, que incentivan el uso de recursos multimedia y la modificación de plataformas digitales concebidas o no para tales fines. Por ello, a pesar de que la educación a distancia no es algo novedoso, hoy es mucho más fácil acceder a ella a través de las herramientas virtuales.

Estas nuevas herramientas han modificado y replanteado los modelos pedagógicos ya establecidos, propiciando la creación de entornos digitales con nuevas posibilidades de interrelación, donde el usuario “es el responsable de la construcción de su propio conocimiento, favoreciéndose, así, un aprendizaje significativo a partir de la estructura conceptual que el sujeto ya posee” (López y Matesanz, 2009: 147).

Por ende, el aprendizaje virtual es un hecho cada vez más consolidado, donde los métodos de educación tradicional se transforman debido a las nuevas modalidades de educación

informal y “aprender sin las limitaciones de espacio y desde diferentes dispositivos ya es una realidad que abre muchas posibilidades formativas” (Gros, 2018: 71).

En su definición más simple, este concepto puede interpretarse como aprendizaje en línea. Según Baelo el e-learning “engloba aquellas aplicaciones y servicios que, tomando como base las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), se orientan a facilitar el proceso de aprendizaje” (Baelo, 2009: 87-88). Del mismo modo, Azcorra; Bernardos; Gallego y Soto, señalan que es “una enseñanza a distancia, abierta, flexible, e interactiva, basada en el uso de las nuevas tecnologías de la información y de las comunicaciones, y sobre todo, aprovechando los medios que ofrece la red Internet” (Azcorra; Bernardos; Gallego y Soto, 2001: 4). En concreto, se puede decir que el e-learning es una herramienta educativa asincrónica en línea que posibilita el aprendizaje en temas particulares y la adquisición de ciertas habilidades.

De acuerdo con Molina; Gentry y Molina (2020), el e-learning tiene su origen en la educación a distancia de los siglos XVIII-XIX, en donde se aprendía por correspondencia. Así, en el siglo XX instituciones como el Moody Bible Institute y el The University of Wisconsin-Madison establecieron la educación a distancia como una práctica habitual, lo que tuvo como resultado que en 1915 se creara en Estados Unidos de América, el The National University Continuing Education Association, que establecía los estándares de la educación por correspondencia. Del mismo modo, en 1969 se funda The Open University of UK la primera universidad de educación a distancia y en 1983 en África se crea The National Open University of Nigeria.

En consecuencia, “en la década de los ochenta, la educación a distancia evoluciona, pasando de ser una modalidad sustantivamente a distancia, a ser una herramienta verdaderamente interactiva” (Molina; Gentry y Molina, 2020: 497). Con el avance del Internet y el desarrollo de las TIC a finales del siglo pasado, muchas universidades emigraron sus modalidades a entornos digitales de enseñanza en línea. Sin embargo, el término e-learning, no surge sino hasta finales de los años noventa, cuando es utilizado por primera vez en una conferencia del CBT Systems Seminar.

Por esto, la consolidación de las TIC y el Internet ofrecen la posibilidad de crear aulas, clases y asignaturas virtuales, lo que brinda oportunidades de aprendizaje con opciones asequibles en diversos formatos tales como: vídeos, presentaciones, documentos, imágenes y audios, entre otros. Asimismo, estas plataformas no solo están concebidas para instituciones educativas formales, sino que pueden ser utilizadas por cualquier organización que requiera herramientas de enseñanza, para brindar nuevos conocimientos. Por ello, Fernández señala que:

En el ámbito no académico, las administraciones, empresas, compañías y otras organizaciones utilizan las plataformas e-learning para la formación, entrenamiento o perfeccionamiento permanente de sus empleados, con un enfoque instruccional. El fin es ofrecer a su personal una herramienta de perfeccionamiento profesional permanentemente accesible y de bajo coste (Fernández, 2009: 3).

Una de las ventajas obvias del e-learning, de acuerdo con algunos autores, es poder participar activamente y tener el control sobre el proceso de aprendizaje para facilitar la comprensión y asimilación del contenido visualizado de manera bidireccional entre uno o más usuarios. Como resultado se utiliza a manera de recurso para la educación informal, en la que los internautas tienen acceso a una cantidad ilimitada de información gratuita en Internet “donde cada uno pone la información que tiene a disposición de todos los demás y donde, en consecuencia, cada uno puede encontrar en las redes la información que necesita” (Carrier, 2003: 25).

Como consecuencia de todos estos avances y de la consagración del e-learning, nacieron nuevos términos como el Mobile Learning, en español: aprendizaje móvil, que se entiende como una nueva tendencia educativa y una extensión del e-learning, el cual utiliza dispositivos móviles con conexión inalámbrica (tabletas, teléfonos celulares y consolas de video juegos), que de acuerdo con Hinojo; Aznar y Romero, “se posibilita como un recurso para la enseñanza-aprendizaje que puede traer consigo múltiples beneficios...” (Hinojo; Aznar y Romero, 2020: 1). Por ello, García, señala que “el proceso educativo en el m-learning se da a través de aplicaciones móviles, interacciones sociales, juegos y hubs educacionales que les permiten a los estudiantes acceder a los materiales asignados desde cualquier lugar y a cualquier hora” (García, 2021: 1).

Del mismo modo, el término educomunicación comenzó a ganar presencia dentro de la educación digital. También conocido como comunicación educativa, alfabetización mediática o pedagogía de la comunicación, proviene de la mezcla o la combinación de los conceptos educar y comunicar. Según Barbas la idea del concepto fue desarrollado por Celestin Freinet quien “convencido de la necesidad de transformar el sistema educativo, introdujo por primera vez en la historia un medio de comunicación en el ámbito escolar” (Barbas, 2012: 158).

Es así como Marshal McLuhan y Leen Masterman plantean, proponen y argumentan el estudio de la educación desde el campo de la comunicación masiva. Desarrollando así la idea de que los medios de comunicación pueden ser utilizados como instrumentos de enseñanza y aprendizaje.

No obstante, según algunos autores como Martínez y Barbas afirman que en América Latina la palabra educomunicación tiene su origen en los años setenta, en las ideas y discursos de estudiosos como Mario Kaplún y Paulo Freire, y surge de la necesidad de crear contenido pedagógico a través de los grandes medios como la televisión, la radio y el cine. Por lo que, para el año 1979 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) concreta y define el término como:

todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación (UNESCO, 1979).

En este contexto, se puede decir entonces que, la educomunicación es un campo teórico-práctico, dialéctico y dialógico que une dos grandes áreas de las humanidades y las ciencias sociales, la educación y la comunicación, en el que las personas participan activamente en un proceso de enseñanza-aprendizaje a través de los diferentes medios (Martínez, 2011). Lo que ha dado lugar a la creación de comunidades y espacios virtuales dedicados a el aprendizaje.

Debido a acontecimientos como la pandemia 2020-2021 (COVID-19), términos como educomunicación, alfabetización mediática, e-learning y m-learning se han vuelto más habituales. Una de las decisiones más dramáticas y drásticas que se tomaron durante la pandemia de 2020 fue el confinamiento domiciliario masivo de millones de personas en todo el mundo. Este aislamiento obligó a los sistemas educativos a buscar maneras emergentes para continuar con la formación y educación y sustituir a lo que se venía realizando a lo largo de la historia humana (Corona, 2012: 8). Como resultado, se han replanteado y modificado los métodos de enseñanza convencionales dentro del aula e incluso las formas de adquirir conocimientos fuera del tradicional salón de clases.

En relación con lo anterior, Mayorga señala que “los modelos educativos tradicionales están siendo modificados por el uso de las nuevas tecnologías, lo que amplía, de manera significativa, las posibilidades de acceso al conocimiento” (Mayorga, 2012: 34). Por lo que se puede decir, que, aunque el cambio paradigmático ya estaba ocurriendo desde una década antes en plataformas digitales destinadas a tal fin como Moodle, Coursera o Domestika, entre otras, la pandemia aceleró dicho proceso. En consecuencia, actualmente estas modalidades de educación permiten el desarrollo de espacios virtuales colaborativos que aprueban la libre difusión de información y contenidos, así como la posibilidad de generar y compartir conocimientos mediante el uso del Internet y dispositivos móviles.

Actualmente, las redes sociales juegan un papel fundamental en la modificación de los canales de comunicación y la búsqueda de información, por lo que son consideradas como plataformas digitales en las que se puede transmitir cualquier tipo de conocimiento. Todas éstas, por su fácil acceso, interactividad y conexión, juegan un papel fundamental en la difusión y transmisión de contenidos pedagógicos.

En consecuencia, las redes sociales pueden clasificarse como espacios de educación informal, dado que “en ellas los usuarios crean, comparten y sistematizan información alrededor de temas en común, por lo que el ámbito educativo no puede permanecer al margen de los cambios tecnológicos que está provocando esta revolución social” (Mayorga, 2012: 36). Hoy en día, dicha revolución social de la que habla Mayorga, se puede medir por el número de cuentas creadas específicamente para difundir contenidos educativos informales, así como por la cantidad de internautas interesados en adquirir conocimientos a través de estas plataformas.

Aprendizaje a través de las redes sociales

Como se ha comentado en apartados anteriores, las interacciones humanas han sido profundamente transformadas por las redes sociales, las cuales permiten no solo una comunicación instantánea y global, sino también una participación activa por parte de los usuarios. Por lo tanto, partiendo de las ideas expuestas previamente, los individuos no son simplemente consumidores o receptores de información, sino que ahora tiene una participación constante en la elaboración y/o producción del contenido que se difunde. Este cambio ha llevado a que dichas plataformas digitales trasciendan su función original de conexión social y entretenimiento, dedicándose también a la transmisión de contenidos pedagógicos.

Estas plataformas digitales, al facilitar la creación y distribución de contenidos educativos por parte de cualquier usuario, han democratizado el acceso al conocimiento. Sin embargo, dado que estos contenidos no están legitimados por una institución académica formal, se clasifican como educativos informales. De acuerdo con Alves y Ferreira, “las redes sociales en Internet pueden estimular el aprendizaje informal de los estudiantes, siendo un valioso espacio complementario y distinto de los de aprendizaje institucionales y formales” (Alves y Ferreira, 2016: 6). La educación informal, a diferencia de la formal, no sigue un currículo preestablecido ni se imparte en instituciones tradicionales como escuelas o universidades. Se caracteriza por ser flexible, autodirigida y basada en la experiencia y el interés personal del individuo.

En relación con lo anterior, la UNESCO señala que, la educación informal puede ocurrir en diversos entornos, incluyendo el hogar, el lugar de trabajo y la comunidad, y abarca una amplia gama de actividades, desde la lectura y el aprendizaje en línea hasta la participación en talleres, cursos no acreditados y actividades extracurriculares. Este tipo de educación se centra en el desarrollo de habilidades, prácticas y conocimientos específicos que son aplicables en la vida cotidiana y en el ámbito profesional. Del mismo modo, para Andreatos (2007) citado por Alves y Ferreira:

El aprendizaje informal es: a) no pedagógicamente planificado u organizada de manera sistemática sobre disciplinas; b) no orientado a la calificación y no reconocido oficialmente; c) más práctico que teórico; c) de orientación personal; d) una herramienta para la supervivencia y la vida (Alves y Ferreira, 2016: 8).

En este contexto, en las redes sociales la educación informal se manifiesta a través de la creación y el consumo de contenidos educativos que no necesariamente sigue un formato académico formal y además, no son impartidos por profesionales en el área o tema desarrollado. Sino que, los mismos usuarios, en su rol de prosumidores, crean, comparten y sistematizan información en torno a temas de interés común, enriqueciendo así el acervo educativo disponible en la red. Estas “permiten consolidar los aportes e información generada, dando lugar a nuevas formas de aprendizaje basadas en el intercambio de mensajes y contenido entre los usuarios...” (Torres; Jara y Valdiviezo, 2013: 1).

Utilizamos redes para conectar con la gente, que las utilizan para reunir información y aprender sobre temas de su interés. En consecuencia, el aprendizaje está adaptado para ajustarse a otros ecosistemas, es la realización y mantenimiento de las buenas conexiones en una red (Alves y Ferreira, 2016:10).

Este fenómeno refleja un cambio significativo en la manera en que el conocimiento es compartido y adquirido, permitiendo una educación más flexible y accesible. La interactividad y la facilidad de acceso que ofrecen estas redes potencian la capacidad de los usuarios para buscar, evaluar y utilizar la información de manera eficaz, contribuyendo a un proceso de aprendizaje continuo y significativo.

En gran medida, el protagonismo de este concepto se ha visto impulsado por la rápida proliferación de la tecnología, que facilita no solamente acceder y gestionar la información, sino que contribuye a que cualquier usuario puede cobrar un rol activo en la creación de contenidos en múltiples formatos, y además difundirlos de forma rápida y gratuita en la mayoría de los casos (García, 2021: 218).

Este tipo de educación informal no solo complementa la educación formal, sino que también responde a la creciente demanda de conocimientos prácticos y relevantes en tiempo real, adaptándose a las necesidades y preferencias individuales de los usuarios. Como resultado, plataformas como YouTube, Instagram y TikTok se han convertido en las más utilizadas para transmitir y consumir este tipo de contenido. Por lo que, en los últimos años, se ha observado un aumento significativo en los canales y perfiles dedicados a la divulgación científica, tutoriales, cursos de idiomas, consejos prácticos y más, lo que permite a las personas aprender de manera continua y a su propio ritmo. Esta tendencia ha dado lugar a una nueva narrativa, caracterizada no solo por la transmisión de conocimientos, sino también por la creatividad en el uso de diversos elementos (visuales, sonoros y narrativos), para desarrollar dichos contenidos. De este modo, los contenidos resultantes no solo son educativos, sino también atractivos y entretenidos.

Por ello, en los últimos años, debido al incremento y posicionamiento que han experimentado dichas plataformas, en una era en la que casi todo es digital, la creación de diversos contenidos (entretenimiento, personales, educativos, informativos, entre otros) ha adquirido una gran popularidad a través de estas. Y “la única forma de superar las barreras de atención en el mundo interconectado de las redes sociales es actuar de forma creativa” (Ramos, 2007: 217).

En este contexto, la creatividad ha surgido como un factor fundamental en la producción de contenidos educativos informales en las redes sociales. Estas plataformas representan diversas formas de expresión creativa que no solo atraen a los usuarios, sino que también facilitan la adquisición de conocimientos al incluir elementos como imágenes, videos, efectos de sonido, música y composiciones narrativas. Tal como señala ATTES (2003), citado por Hernández, “las Nuevas Tecnologías poseen características que las convierten en

herramientas poderosas para el proceso de aprendizaje de los estudiantes: inmaterialidad, interactividad, elevados parámetros de calidad de imagen y sonido, instantaneidad, digitalización, interconexión, diversidad e innovación” (Hernández, 2008: 29).

Por lo tanto, las redes sociales han ampliado sus funciones, convirtiéndose en herramientas esenciales para la educación informal. Su capacidad para conectar a las personas y facilitar la creación y difusión de conocimientos de manera creativa, entretenida e interactiva hace que desempeñen un papel vital en la transformación de los procesos educativos contemporáneos, promoviendo una cultura de aprendizaje colaborativo y participativo que está redefiniendo los límites de la educación tradicional.

La educación informal a través de redes sociales evidencia cómo la tecnología y las plataformas digitales pueden contribuir de manera significativa al desarrollo personal y profesional en la era digital. Tal y como lo señala Dabbagh y Castañeda (2020), citado por García “en este sentido, las TIC son aliadas y promotoras del aprendizaje informal y, más allá de un mero instrumento de apoyo, están modificando las dinámicas socioculturales y el comportamiento humano” (García, 2021: 220).

Metodología

Desarrollamos este estudio con un diseño de investigación documental, un nivel descriptivo, de temporalidad transversal. De acuerdo con Ávila, “la investigación documental es una técnica que permite obtener documentos nuevos en los que es posible describir, explicar, analizar, comparar, criticar entre otras actividades intelectuales, un tema o asunto, mediante el análisis de fuentes de información” (Ávila, 2006: 63). Asimismo, Arias asegura “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (Arias, 2012: 24). Con estas herramientas (investigación documental y descriptiva) pretendemos determinar los elementos creativos empleados en las redes sociales para la elaboración de contenidos educativos informales y se analizará cómo estos manejan el uso del discurso (interactividad y conectividad), los recursos multimedia (audio, imagen y vídeo), el lenguaje y las narrativas planteadas, en las plataformas YouTube, Instagram y TikTok.

Las etapas de la investigación quedan de la siguiente manera.

Fase 1 (selección del tema): en la delimitación del objeto de estudio, se encontró que, debido a la pandemia se aceleró la migración digital en la educación, por lo que, envista del posicionamiento y evolución de las plataformas digitales en una era en la que casi todo es digital, se optó por abordar el análisis-descriptivo de los contenidos en dichas plataformas. Una vez definido el tema y la problemática, se establece el objetivo: proponer una metodología de análisis-descriptivo de los elementos creativos usados al crear contenidos educativos informales en las redes sociales y que los usuarios consideraran como los más atractivos.

Fase 2 (recopilación de la información): la segunda fase consta de dos partes; 1. búsqueda y recopilación teórica. 2. Identificación de las redes sociales más usadas por los usuarios. Dado que se tenían algunas redes sociales previamente identificadas mediante la técnica de la observación, se decidió aplicar el cuestionario para validar y delimitar el objeto de estudio. Una vez determinadas las plataformas digitales con más usuarios, se delimitan cuentas o perfiles en redes sociales que difundan contenido educativo informal. Para ello, se seleccionaron aquellas que cumplían con la mayoría de los elementos creativos establecidos para los fines de la presente investigación, con el objetivo de determinar cuáles son las más utilizadas actualmente por los usuarios de habla hispana. De mismo modo, se diseñó una encuesta como primer instrumento de recolección de datos, ya que de esta forma se podían medir diferentes variables para la investigación. Para ello, se formularon ocho preguntas cerradas de selección simple y selección múltiple y una pregunta abierta, que se enviaron de manera electrónica a través de la herramienta de Google Forms. Así

mismo, se detectaron los elementos creativos constantes. Para ello, se diseñó el segundo instrumento de recolección de datos basado en la técnica de la observación. Es importante señalar que, se descartaron plataformas digitales como los MOOC (Massive Open Online Courses) porque se dedican a la elaboración de contenidos educativos y la mayoría de estos últimos son de carácter formal.

Fase 3 (análisis y sistematización de la información): una vez determinadas las redes sociales más usadas (YouTube, Instagram y TikTok), se procedió al monitoreo y la selección de las cuentas utilizadas por muestra aleatoria y por conveniencia. Al final, se definen 12 cuentas dedicadas a la creación de contenido educativo informal.

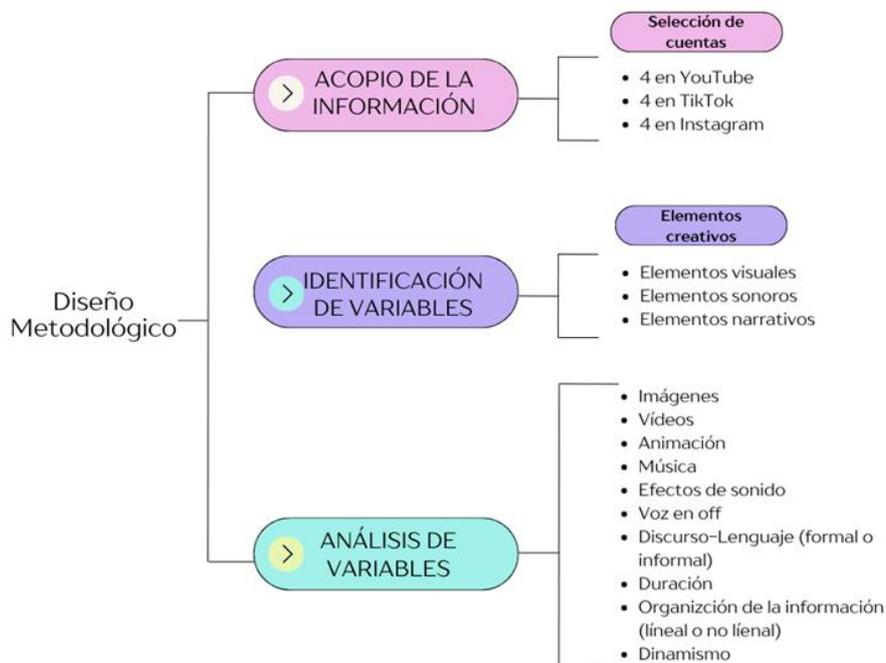
Fase 4 (delimitación de los elementos creativos más utilizados):

- Modulación de la voz.
- Recursos audiovisuales multimedia utilizados (imágenes, vídeos, música).
- Discurso-Lenguaje.
- Narrativa (organización de la información, postura corporal y dinamismo).
- Duración.

Mediante la aplicación de la encuesta de la fase dos, se validaron dichos elementos. El 87.2% indicó que el uso de recursos multimedia (imágenes, vídeos, música) era lo que más le parecía atractivo. Un 61.7% se inclinó por el lenguaje o discurso. Un 51.1% señaló el tiempo de duración. Un 44.7% la narrativa y por último un 12.8% la modulación y tono de voz empleado.

Fase 5 (tabulación e interpretación de los datos obtenidos): para determinar cuáles elementos creativos eran los que más atraían a los usuarios se revisaron todos los datos y se procede a interpretarlos.

Figura 1. Diseño metodológico



Fuente: elaboración propia

Para ello, con el fin de identificar los elementos creativos y determinar las redes sociales más usadas, en la presente investigación se emplearon como instrumentos de recolección

de datos la observación y la encuesta. Se seleccionaron dichos instrumentos, dado que mediante la observación se establecieron las variables a considerar para la identificación de los elementos y las cuentas en las redes sociales. Igualmente, mediante la encuesta se pudo validar y seleccionar la información obtenida en el instrumento anterior.

Diseño metodológico del análisis-descriptivo

Debido a que en el objetivo de la presente investigación se planteó proponer una metodología de análisis-descriptivo de los elementos creativos usados para mejorar la transmisión de conocimiento que se da mediante la creación de contenidos educativos informales en las redes sociales, dichas variables y subcategorías se presentan a continuación:

- Análisis-descriptivo de los elementos visuales: debido a que los elementos visuales (imágenes y vídeos) están muy presentes en las redes sociales y por ende en la producción de contenidos educativos informales, se contempló identificar si estos eran concurrentes y de qué manera eran usados. Asimismo, se incluyó dentro de dicha variable, la animación, ya que es un recurso empleado en la elaboración de dichos contenidos.
- Análisis-descriptivo de los elementos sonoros: en esta sección se determinará si se utilizan recursos auditivos, tales como la música, los efectos de sonido y el uso de voz fuera de cámara. Esto con el propósito de identificar el tipo de música o elemento utilizado para, de esta manera, comprender el rol que desempeñan dentro de la creación de este tipo de contenidos.
- Análisis-descriptivo de los elementos narrativos: implica una observación del uso de las herramientas narrativas empleadas para la producción de dicho contenido. Para ello, se propone estudiar cómo se organiza y estructura la información (lineal o no lineal), la postura corporal de la persona que transmite la información (en caso de que esté presente) y finalmente, el dinamismo (ritmo-cadencia) con el que se aborda el contenido.

Muestra

Para identificar las principales redes sociales con contenidos educativos informales, se realizó una encuesta en línea que dio a YouTube, Instagram y TikTok, como las redes sociales más utilizadas por los usuarios para la visualización de contenidos educativos informales.

Una vez identificadas las plataformas, por conveniencia se seleccionaron aleatoriamente doce (12) cuentas. Para que dicha muestra fuera equilibrada, se seleccionaron: cuatro cuentas en Instagram, cuatro en YouTube y cuatro en TikTok. Para ello, se realizó un monitoreo de las cuentas seleccionadas por treinta minutos semanales, del 1 de marzo de 2023 al 11 de septiembre de 2023.

Resultados

Mediante la aplicación del cuestionario se registrarían no solo las plataformas digitales más usadas para la visualización de contenido educativo informal, sino también los elementos creativos que el usuario o consumidor consideraba como relevantes o atractivos.

Cabe destacar que las redes sociales y los elementos contemplados y especificados antes de la aplicación del cuestionario eran los siguientes:

- Facebook

- YouTube
- Instagram
- Twitter
- TikTok

Y los elementos creativos contemplados:

- Organización de la información
- Modulación de la voz
- Posturas
- Recursos audiovisuales multimedia (imágenes y vídeos)
- Música
- Credibilidad
- Dinamismo
- Discurso-Lenguaje
- Narrativa
- Duración

No obstante, durante la ejecución del cuestionario se procedió a descartar ciertas plataformas y elementos, debido a que no fueron seleccionados por los encuestados. Determinando así por medio de las respuestas que los elementos y las redes sociales quedaron establecidos de la siguiente manera (ver Gráficas 1 y 2).

Gráfica 1. Redes sociales identificadas

Redes sociales	
Antes del cuestionario	Después del cuestionario
Facebook	YouTube
YouTube	Instagram
Instagram	TikTok
TikTok	Facebook
Twitter	Twitter

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 2. Elementos creativos identificados

Elementos creativos	
Antes del cuestionario	Después del cuestionario
Organización de la información	Organización de la información
Modulación de la voz	Modulación de la voz
Posturas	Posturas
Recursos audiovisuales multimedia (imágenes y vídeos)	Recursos audiovisuales multimedia (imágenes y vídeos)
Música	Música
Credibilidad	Credibilidad

Dinamismo	Dinamismo
Discurso-Lenguaje	Discurso-Lenguaje
Narrativa	Narrativa
Duración	Duración

Fuente:

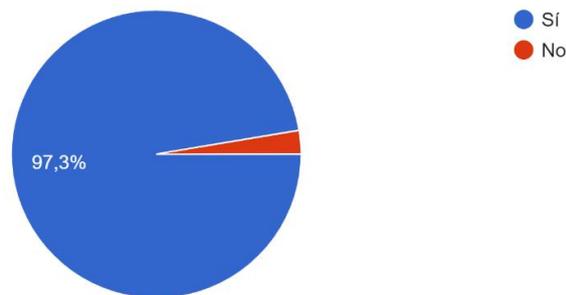
Elaboración propia

Las preguntas planteadas para el cuestionario pretendían recopilar toda la información posible sobre las redes sociales utilizadas como herramienta comunicacional de educación informal. Dicho cuestionario, arrojó como resultado que, un 97.9% utilizaba alguna red social como medio de comunicación educativo informal tal y como se observa en la Gráfica 3.

Gráfica 3. Porcentaje de personas que visualizan contenido educativo en redes sociales

1- ¿Utiliza alguna red social para ver contenido educativo o informativo?

226 respuestas



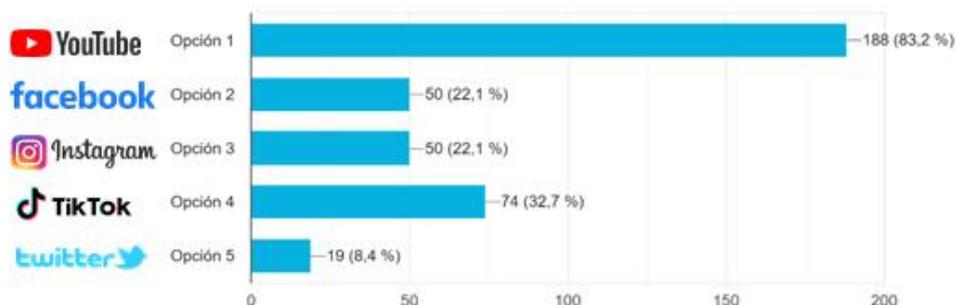
Fuente: Elaboración propia

Del mismo modo, indicaron que, las redes sociales más utilizadas para ver contenido informativo o educativo informal son: YouTube (opción 1 en la gráfica) con un 83.2%, Instagram (opción 3 en la gráfica) con 22.1% y TikTok (opción 4 en la gráfica) con un 32.7% (ver Gráfica 4).

Gráfica 4. Redes sociales más usadas para ver contenido educativo

2- ¿Cuál o qué red social es la que más utiliza para ver contenido educativo o informativo? (Selecciona una o varias opciones)

226 respuestas

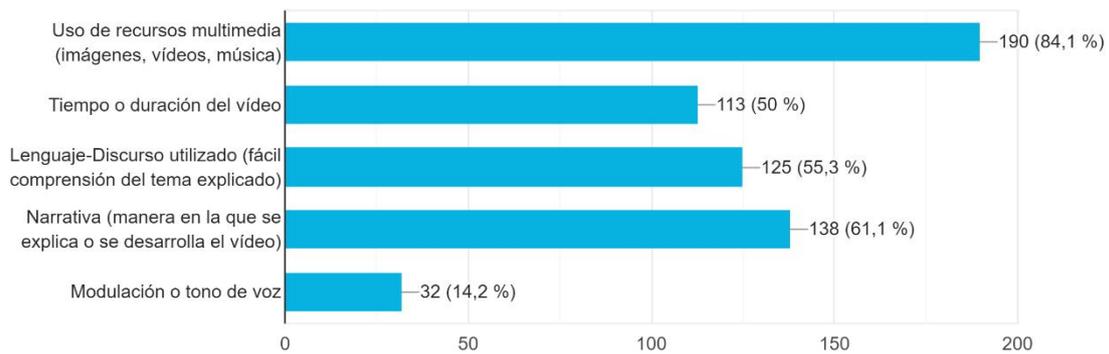


Fuente: Elaboración propia

Para determinar los elementos creativos, se realizó otro interrogante, en donde los resultados revelaron que el 84,1% de los encuestados considera que el uso de recursos multimedia, como imágenes, vídeos y música, es el aspecto más atractivo en la creación y presentación de estos contenidos. Además, el 55,3% valoró el lenguaje o discurso utilizado; el 50% destacó la importancia del tiempo de duración; el 61,1% apreció la narrativa empleada; y, finalmente, el 14,2% enfocó su preferencia en la modulación o el tono de voz.

Gráfica 5. Elementos creativos constantes o repetitivos en los contenidos educativos informales

3- ¿Qué le parece atractivo en este tipo de contenido? (Selecciona una o varias opciones)
226 respuestas



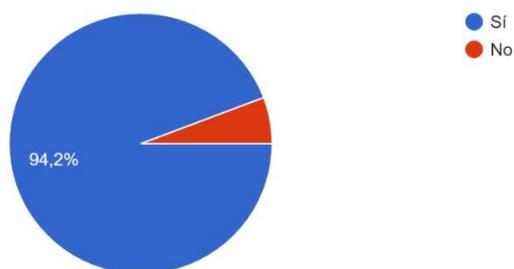
Fuente: Elaboración propia

Estos hallazgos sugieren que los usuarios muestran una clara preferencia por contenidos que son ricos en elementos visuales y auditivos, que al combinarlos destacan la importancia de integrar estos recursos. Proporcionando así, información sobre los aspectos creativos más atractivos para los encuestados en la creación y transmisión de contenidos, lo que puede orientar las decisiones de diseño y producción en futuros proyectos que permitan captar y mantener el interés de la audiencia.

Asimismo, es importante señalar que, aunque no esté dentro de los objetivos planteados para esta investigación, un 94,2% considera que una red social puede ser educativa, y 57,8% estaría de acuerdo con que alguna institución educativa implementara el uso de redes sociales como complemento a sus métodos de enseñanza. Estas cifras refuerzan la percepción de las redes sociales no solo como plataformas de comunicación, sino también como medios viables para la difusión de contenido informativo o educativo de manera informal (ver Gráficas 6 y 7).

Gráfica 6. Porcentaje de personas que considera que una red social puede ser educativa

5- ¿Considera que una red social puede ser educativa?
226 respuestas

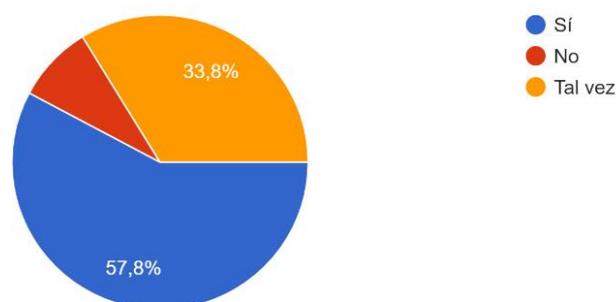


Fuente: Elaboración propia

Gráfica 7. Porcentaje de personas que están de acuerdo con que las redes sociales sean usadas como complementos educativos

6- ¿Estaría de acuerdo con que alguna institución educativa implemente el uso de redes sociales como complemento?

225 respuestas



Fuente: Elaboración propia

Por ende, basándonos en los datos recopilados, podemos entender que estos elementos no solo son rasgos fijos de las nuevas expresiones narrativas, sino que son componentes esenciales de la manifestación artística y creativa en diversas plataformas. La utilización de estos elementos no solo puede atraer la atención del público, sino que también tiene el potencial de generar experiencias significativas para los usuarios. Es decir, emplear de manera efectiva los elementos creativos en la producción de dichos contenidos, puede contribuir a la creación de espacios digitales que no solo son sociales o de entretenimiento, sino que pueden fomentar el autoaprendizaje y crear conexiones (interacciones) con la audiencia.

Por ello, a continuación, y como parte de los resultados de esta investigación se presenta una explicación de cómo cada uno de estos elementos son usados para generar formas creativas de narración:

Elementos visuales (imágenes, videos y animación): la selección, edición, disposición, difusión y narración visual a través de estas permiten contar historias de manera dinámica, así como transmitir emociones que capturen la atención del usuario. Por ende, la elección y utilización de imágenes/videos e incluso efectos visuales contribuyen tanto a la expresividad

como a la originalidad de la producción, lo que puede favorecer la efectividad de la comunicación visual. La combinación, en redes sociales, de estos elementos visuales genera una narrativa coherente, lo que contribuye a una experiencia inmersiva e interactiva que atrae la atención del usuario. Por lo tanto, al seleccionar dichos recursos, se puede incrementar significativamente una conexión directa con el receptor, lo que enriquece la experiencia de estos y favorece la efectividad de la comunicación. Por lo que, los contenidos visualmente atractivos, bien diseñados que facilitan la comprensión y retención del mensaje, ya que tanto las imágenes como los videos pueden comunicar información de manera más rápida y efectiva que el texto escrito. Esto es especialmente importante en un entorno digital donde la atención del usuario es limitada y constantemente requerida por otros medios.

Elementos sonoros (música, efectos de sonido, voz fuera de cámara): la incorporación de música, voz y efectos de sonido desempeña un papel fundamental en la creación, puesto que puede mejorar la experiencia del usuario (realismo-emociones). Estos elementos no solo complementan la experiencia visual, sino que también pueden mejorarla significativamente mediante la incorporación de un recurso auditivo que enriquece la percepción del usuario. Es por ello, que la música seleccionada para este tipo de contenidos puede evocar emociones (empatía, alegría y suspenso, entre otras) y establecer un tono o atmósfera específico. Intensificando así la narrativa que se desea transmitir, reforzando el mensaje general de manera más efectiva que las imágenes solas. Del mismo modo, los efectos de sonido pueden agregar realismo y profundidad, transportando al espectador a un entorno más inmersivo, entretenido y convincente. Del mismo modo, la voz fuera de cámara proporciona una narración directa que guía al receptor a través de la historia facilitando la información de manera clara y concisa. Por lo que, una voz bien elegida y expresiva puede captar la atención del usuario y mantener su interés a lo largo del contenido.

Elementos narrativos (discurso/lenguaje, duración, organización de la información, dinamismo): la creación y estructuración de una historia, ya sea en formato escrito, visual o audiovisual, es esencial en la elaboración de contenidos. Por lo que, la forma en que se organizan los elementos narrativos, cómo se desarrollan y se presentan, contribuye a la experiencia creativa, no solo por parte del usuario sino del creador (emisor). El discurso y el lenguaje utilizados en las nuevas formas narrativa (redes sociales) determinan en gran medida cómo se percibe y se entiende el contenido. La elección de palabras (lenguaje técnico-informal), el tono y el estilo de comunicación pueden influir directamente en el usuario y en su capacidad para conectarse con la historia o la información que se está dando. Asimismo, la duración del contenido también desempeña un papel importante en la experiencia del usuario, por lo que dependiendo de los tiempos que especifica cada plataforma el contenido puede ser largo (de 3 minutos a 20 minutos) o corto (de 60 segundos a 3 minutos). El tiempo es un recurso esencial, especialmente en el entorno digital, ya que de este depende la atención o visualización del contenido por parte del receptor, por lo que la capacidad de mantener la atención del espectador a lo largo de la narrativa es fundamental. Por consiguiente, la organización efectiva de la información y la capacidad de mantener un ritmo dinámico contribuyen a conseguir el interés del usuario y guiarlo a lo largo de la información de manera fluida. En resumen, la elaboración y organización de contenidos educativos informal en plataformas como YouTube, Instagram y TikTok presentan una manera efectiva, accesible y asequible de enseñanza.

Conclusiones

La educación informal a través de las redes sociales es un fenómeno social significativo en la era digital, con varias ventajas y consideraciones importantes. Dichas plataformas permiten a los usuarios acceder a información y recursos educativos desde cualquier lugar y en cualquier momento, democratizando así, el acceso al conocimiento. Plataformas como YouTube, Instagram y TikTok, estudiadas durante la presente investigación, ofrecen una amplia variedad de contenidos pedagógicos, que van desde tutoriales prácticos hasta

divulgación científica y consejos sobre diversos temas. Tal y como se mencionó en apartados anteriores, en ellas, los usuarios pueden interactuar con los creadores de contenido y otros usuarios, lo que facilita una experiencia de aprendizaje colaborativa y participativa.

Asimismo, los contenidos en las redes sociales se actualizan constantemente, permitiendo a los usuarios mantenerse al tanto de los últimos avances y tendencias en diversos campos. La creatividad y la innovación juegan un papel importante, ya que los contenidos educativos a menudo incorporan elementos narrativos y multimedia, como imágenes, vídeos, música, dinamismo y un lenguaje práctico y comprensible. Esta combinación de recursos logra que el aprendizaje sea más atractivo y entretenido, lo que permite que estos puedan competir con otros tipos de contenidos (entretenimiento y social) y con los algoritmos de cada red social, posicionándose así de manera destacada y llegando a una gran cantidad de usuarios.

No obstante, existen algunas consideraciones importantes que no se pueden descartar a la hora de aprender a través de las redes sociales. Y es que la información en estas no siempre está verificada, por lo que los usuarios deben ser críticos y selectivos respecto a las fuentes de las que obtienen su conocimiento. Igualmente, en ocasiones los contenidos pueden ser demasiado breves o simplificados, limitando la profundidad del aprendizaje. Además, a diferencia de la educación formal, la educación informal en las redes sociales carece de un plan de estudios estructurado, lo cual puede resultar en un aprendizaje menos sistemático y más fragmentado.

En conclusión, la educación informal en las redes sociales tiene un gran potencial para complementar la educación formal y proporcionar conocimientos prácticos y actualizados. Sin embargo, es crucial que los usuarios desarrollen habilidades de alfabetización digital y pensamiento crítico para navegar exitosamente por este entorno y distinguir entre información confiable y no confiable. La integración de estas herramientas en un marco educativo más amplio podría maximizar sus beneficios y mitigar sus limitaciones, fomentando una educación más accesible, interactiva y dinámica.

Referencias bibliográficas

- ALVES, Cleiton y FERREIRA, Carlos (2016). "Las redes sociales y el aprendizaje informal de Estudiantes de Educación Superior", en *Revista Acción Pedagógica*, 25, Universidad Nacional de Educación a Distancia - España / Universidad de Lisboa - FHM - Portugal, 6-20.
- ARANGO, Germán (2013). "Comunicación digital: una propuesta de análisis desde el pensamiento complejo", en *Revista Palabra Clave*, 3, Universidad de la Sabana, 673-697.
- ARIAS, Fidias (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica* (6° Ed.). Caracas - República Bolivariana de Venezuela: Editorial Espisteme.
- ÁVILA, Héctor (2006). *Introducción a la metodología de la investigación*. México: Eumed.net. Recuperado de: <https://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/203/index.htm> (27/05/2023).
- AYALA, Teresa (2014). "Redes sociales, poder y participación ciudadana", en *Revista Austral de Ciencias Sociales*, 26, Universidad Austral de Chile, 23-48.
- AZCORRA, Arturo; BERNARDOS, Carlos; GALLEGO, Óscar y SOTO, Ignacio (2001). *Informe sobre el estado de la Teleeducación en España*, Departamento de Tecnologías de las Comunicaciones Universidad Carlos III de Madrid, 1-80.
- BAELO, Roberto (2009). "El e-learning, una respuesta educativa a las demandas de las sociedades del Siglo XXI", en *Revistas de Medios y Educación*, 35, Universidad de Sevilla, 87-96.
- BARBAS, Ángel (2012). "Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado", en *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 14, Universidad Nacional de Educación a Distancia, 157-175.

CABRERA, Margarita (2012). *Nuevos medios y medios sociales*. Universidad Politécnica de Valencia.

CARRIER, Jean (2003). *Escuela y Multimedia*. México: Siglo XXI.

CORONA, José (2012). "Acercamientos y propuestas de investigación sobre el consumo y la producción de información en internet. El prosumidor como concepto clave en la construcción social de la tecnología", en *Revista Question*, 35, Universidad de Guadalajara, 62-72.

DANEL, Karemm (2022). "El auge de los medios digitales, ¿realidad o duplicación?", en *Universidad Intercontinental*. Recuperado de: <https://www.uic.mx/el-auge-de-los-medios-digitales-realidad-o-duplicacion/> (25/04/2023).

DE HARO, Juan (2012). *Redes Sociales en Educación*. Recuperado de: http://eduresdes.antonio Garrido.es/uploads/6/3/1/1/6311693/redes_sociales_educacion.pdf (25/04/2023).

DE LA TORRE, Lidia (2012). "Las redes sociales: conceptos y teorías", en *Revista Consonancias*, 39, Pontificia Universidad Católica Argentina, 11-39.

FERNÁNDEZ, Ana (2009). "Las plataformas e-learning para la enseñanza y el aprendizaje universitario en Internet", en López y Matesanz Del Barrio (Comps.), *Las plataformas de aprendizaje* (21-251). Madrid: Biblioteca Nueva.

GARCÍA, José (2021). "Herramientas asociadas al aprendizaje informal: oportunidades para potenciarlos entornos personales de aprendizaje de estudiantes universitarios en tiempos de pandemia", en *Publicaciones*, 51, Facultad de Educación y Humanidades del Campus de Melilla, 215-235.

GÓMEZ, Katherine; MENDOZA, Jhonny, y ZAMBRANO, Katerine (2021). "Evolución de medios nativos digitales de Ecuador en 2021: Estudio de La Posta y GK", en *Revista San Gregorio*, 48. Universidad San Gregorio de Portoviejo, 113-122.

GROS, Begoña (2018). "La evolución del e-learning: del aula virtual a la red", en *RIED Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 2. Universidad de Barcelona, 69-82.

HERNÁNDEZ, Stefany (2008). "El modelo constructivista con las nuevas tecnologías: aplicado en el proceso de aprendizaje", en *Revista Universidad y Sociedad del Conocimiento*, 2, 1-10.

HINOJO, Francisco; AZNAR, Inmaculada y ROMERO, José (2020). "Mobile learning en las diferentes etapas educativas. Una revisión bibliométrica de la producción científica en Scopus (2007-2017)", en *Revista Fuentes*, 1. Universidad de Granada, 37-52.

KEMPI, Simón (2023). "Digital 2023: Global Overview Report", en Data Reportal. Recuperado de: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (08/02/2023).

LÓPEZ, Alonso y MATESANZ DEL BARRIO, María (2009). "Las plataformas de aprendizaje: del mito a la realidad", en *Revista D'innovació Educativa*, 3, 146-148.

MAYORGA, Amalín (2012). "Redes Sociales en la Educación Desafíos y estrategias", en *Revista Ciencia UNEMI*, 7, Universidad Estatal de Milagro, 32-41.

MOLINA, Pedro; GENTRY, Jason y MOLINA, Alicia (2020). "El e-learning y la evolución en la enseñanza y aprendizaje de la educación superior", en *Revista Dominio de Las Ciencias*, 4, 491-500.

PÉREZ, Gabriel (2011). "La Web 2.0 y la sociedad de la información", en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 212, Facultad de Ciencias de la Comunicación Universidad Autónoma de Coahuila, 57-68.

RAMOS, Marina (2007). "Comunicación viral y creatividad", en *Revista Creatividad y Sociedad*, 11, Madrid, 202-226.

SEVILLA, Miguel. (s/f). "Resumen sobre Internet", en Centro Universitario de Ciencias Economico Administrativas. Universidad de Guadalajara, 1-59. Recuperado de: <https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3088/1/Resumen%20del%20Contenido%20de%20la%20Unidad.pdf> (22/05/2023).

TORRES, Juan; JARA, Dunia y VALDIVIEZO, Priscila (2013). "Integración de redes sociales y entornos virtuales de aprendizaje", en *Revista de Educación a Distancia*, 35, Universidad Técnica Particular de Loja, 2-8.

VILCHES, Lorenzo (2001). *La Migración Digital*. Barcelona: Gedisa, S.A.

Fuentes consultadas

MARTÍNEZ, Enrique (2011). Educomunicación. Portal de la Educomunicación. Recuperado de: <https://educomunicacion.es/index.htm> (21/06/2023).

ORGANIZACIÓN PARA LAS NACIONES UNIDAS PARA LA EDUCACION, LA CIENCIA Y LA CULTURA <https://www.unesco.org/es>

Cita sugerida: VILLAR NAGUANAGUA, Tania Daniela (2024). "Las redes sociales del siglo XXI como cambio paradigmático en procesos educativos informales" en *Argonautas. Revista de Educación y Ciencias Sociales*, Vol. 14, Nº 23, 66-85. San Luis: Departamento de Educación y Formación Docente, Universidad Nacional de San Luis. <http://www.argonautas.unsl.edu.ar/>



Recibido: 30 de abril de 2024

Aceptado: 18 de mayo de 2024