

e-Learning y docencia en Marketing: los foros de discusión¹

REBECA SAN JOSÉ CABEZUDO
CARMEN CAMARERO IZQUIERDO
JAVIER RODRÍGUEZ PINTO
Universidad de Valladolid

Resumen

La cultura colaborativa pretende generar procesos de enriquecimiento propiciados por el diálogo, el debate, y hasta la confrontación y discusión. En este sentido los foros se muestran como una herramienta idónea para alcanzar estos fines ya que constituyen un entorno de e-learning en el cual los estudiantes, de forma asincrónica, insertan sus respuestas y sus opiniones respecto a un tema, lo que permite que unos aprendan de otros.

Desde el Área de Comercialización e Investigación de Mercados de las Universidades de Valladolid y Burgos se ha creado la plataforma web CIM-NETWORK, donde se ha abierto una zona de foros puestos en funcionamiento durante el curso 2007/08 para asignaturas de distintas titulaciones. Los profesores responsables fueron proponiendo cuestiones para debatir online en la plataforma relacionadas con el tema que se estaba tratando en esas fechas del curso. A día de hoy, las estadísticas de uso ascienden a cerca de 250 mensajes en más de 30 foros.

Mediante una encuesta, ya se ha comenzado a recoger información para valorar la experiencia de los alumnos que han participado en los foros y conocer los motivos para la no participación, entre otros aspectos. De los datos recogidos hasta la fecha puede afirmarse que los participantes se muestran satisfechos y con elevadas intenciones de volver a utilizarlos, con efectos positivos en su aprendizaje.

Paralelamente al desarrollo de los foros se han integrado otras utilidades a la plataforma, nuevos retos docentes a abordar en el curso 2008/09: las wikis y los blogs.

¹ Este proyecto ha sido financiado por la Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León (Proyecto UV32/07 concedido por ORDEN EDU/1932/2007, de 28 de Noviembre, por la que se resuelve la convocatoria de ayudas para la elaboración y desarrollo de proyectos en torno a la armonización y convergencia de la enseñanza y/o gestión universitaria en el Espacio Europeo de Educación Superior, a iniciar en el año 2007).

e-Learning y docencia en Marketing: los foros de discusión

1. Introducción- e-learning, aprendizaje colaborativo e Internet

En su acepción más amplia, el e-learning o aprendizaje electrónico comprende cualquier actividad educativa que utilice medios electrónicos para realizar todo o parte del proceso formativo (García, 2005). Partiendo de la dualidad pedagógica-tecnológica de este tipo de sistemas, García (2005) define el e-learning como la *“capacitación no presencial que, a través de plataformas tecnológicas, posibilita y flexibiliza el acceso y el tiempo en el proceso de enseñanza-aprendizaje, adecuándolos a las habilidades, necesidades y disponibilidades de cada discente, además de garantizar ambientes de aprendizaje colaborativos mediante el uso de herramientas de comunicación síncrona y asíncrona, potenciando en suma el proceso de gestión basado en competencias”*.

En la vertiente pedagógica del e-learning, el aprendizaje colaborativo forma parte de un nuevo paradigma en la educación según el cual el rol del profesor es facilitar a los estudiantes una ruta de aprendizaje a través de un proceso de descubrimiento colaborativo. Este tipo de aprendizaje se enmarca dentro del modelo de educación constructivista (Benbunan-Fich y Hiltz, 2006) según el cual, el conocimiento se crea o construye por cada alumno. En el aprendizaje colaborativo el conocimiento no se transmite a los estudiantes sino que emerge del diálogo activo y del trabajo en grupo entre aquellos que tratan de entender y aplicar los conceptos y las técnicas.

El aprendizaje colaborativo promueve el desarrollo de habilidades interpersonales e intelectuales muy valoradas en la actual “sociedad del conocimiento”, por lo que constituye un paradigma muy prometedor en la educación universitaria, en general, y en la enseñanza en el campo del marketing y la dirección de empresas, en particular. Las técnicas de aprendizaje colaborativo facilitan la generación de redes de apoyo para los alumnos, fomentan el entusiasmo y la motivación (en el profesor y en los alumnos) y busca el aprendizaje más profundo que el promovido a través de métodos de enseñanza más tradicionales que, con frecuencia, no logran más que un conocimiento superficial o memorístico.

El tránsito hacia métodos de enseñanza más participativos no es ajeno al desarrollo de las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (en adelante, TICs), particularmente de Internet, ya que éstas ofrecen un marco adecuado para la construcción del aprendizaje colaborativo. Son muchos los estudios que han analizado las ventajas la enseñanza online (Ellis, Goodyear, Prosser y O’Hara, 2006; Fisher y Baird, 2005; Larson, 2002). De dichas ventajas pueden destacarse las siguientes:

- 1) Sus actividades pueden desarrollarse fuera del transcurso de la clase y cubrir un tema muy específico o desarrollar todo un módulo a lo largo de un periodo más largo.
- 2) Las actividades de este tipo, bien diseñadas, permiten interesar al estudiante y mantener su interés a lo largo de toda la actividad logrando incrementar su comprensión sobre el tema tratado. Además, una vez construida, cualquier actividad basada en la Red puede actualizarse con relativa facilidad.
- 3) Los proyectos de aprendizaje online fomentan el sentimiento de comunidad, pues permiten que el alumno desarrolle su identidad dual, como individuo y como miembro de una comunidad de aprendizaje.
- 4) Aunque algunos autores apuntan a la falta de interactividad en la enseñanza virtual frente a la presencial, son muchos los estudios que señalan que la

educación a distancia puede generar niveles de interacción incluso superiores a la enseñanza tradicional gracias a las nuevas tecnologías.

En la vertiente tecnológica, las TICs nos ofrecen múltiples herramientas para el aprendizaje colaborativo. Algunos ejemplos son las MUDs, las wikis, las webquests o los foros.

- *Las MUDs (Multi-User Dimensions)*, software que permite la conexión de varios usuarios a través de Internet a una especie de realidad virtual, desarrollado al estilo los primeros juegos de ordenador. Los usuarios viajan por distintos sitios (rooms) e interactúan con los objetos que encuentran.
- *Las wikis*, colecciones de páginas web que adoptan la narrativa hipermedia y que pueden ser editadas conjuntamente entre los distintos miembros de una comunidad de aprendizaje y/o grupo de clase, a través de un simple navegador. De este modo, las wikis son unas eficaces herramientas capaces de articular y favorecer el desarrollo de proyectos colaborativos.
- *Las webquests*, actividades que se llevan a cabo utilizando recursos de Internet preseleccionados por el docente, de manera que el estudiante, para realizar la tarea, se enfoque en la utilización de los recursos y no en buscarlos.²
- *Los foros*, espacios en las cuales, de forma asincrónica, los alumnos insertan sus respuestas y sus opiniones respecto a un tema.

Precisamente son estos últimos, los foros, la herramienta elegida para desarrollar el presente estudio. Por ello, vamos a profundizar algo más en su función dentro del aprendizaje colaborativo.

2. Los foros de discusión

Como hemos señalado, la cultura colaborativa pretende generar procesos de enriquecimiento propiciados por el diálogo, el debate, y hasta la confrontación y discusión (Linuesa, 1999). En este sentido, los foros se muestran como una herramienta idónea para alcanzar estos fines. Los foros son un entorno de aprendizaje virtual en el cual los estudiantes aprenden uno de otros, así como a través de materiales y lecturas. Es, por otro lado, un proceso cognitivo creativo (Thomas, 2002) de plantear ideas que son criticadas, completadas o reformuladas en discusiones en grupo. Se enfrentan diferentes perspectivas y se fomenta la reflexión crítica. Además permiten la puesta en común de las propias incertidumbres y dudas que se suscitan durante el proceso de aprendizaje. El compartir los problemas comunes es una forma de aprender a resolverlos (Linuesa, 1999).

Bloom (1956) propuso una taxonomía de aprendizaje en la que señala seis niveles de habilidades cognitivas: conocimiento, comprensión, aplicación, análisis, síntesis y evaluación. Teniendo en cuenta esta clasificación, Hazari (1994) indica que las discusiones (en foros, en concreto) van dirigidas hacia el logro de las habilidades de orden superior en la jerarquía de Bloom, esto es, fomentan en el estudiante la aplicación de teorías, ejemplos, distinción entre hechos y conceptos, evaluación de las respuestas de otros estudiantes o la propuesta de diferentes puntos de vista. Desde la perspectiva del alumno, Ellis et al. (2006) apuntan cuatro funciones del aprendizaje a través de los foros: aclarar, desarrollar, adquirir y testar ideas.

² Fuente: Portal educativo www.eduteka.org.

Pese a que el uso de foros online hace que se pierdan muchas de las ventajas de la comunicación oral, cara a cara, resulta beneficioso para los alumnos introvertidos, da lugar a más coherencia en las opiniones puesto que los estudiantes tienen tiempo de reflexionar, investigar y ponderar su opinión antes de plantearla (Fisher y Baird, 2005), y permite la comunicación asincrónica (Thomas, 2002) y la discusión continuada y permanente en la que todos pueden participar (Looi y Ang, 2000). Varios autores consideran que la aplicación de estas tecnologías para la construcción del conocimiento mediante un dialogo interno e interactivo conduce a un modelo de aprendizaje “conversacional” (Laurillard, 1999; Thomas, 2002). Algunos de los resultados de estos métodos son el aumento de la motivación y de la implicación de los individuos en las tareas de aprendizaje, más nivel de comprensión y el desarrollo de nuevas habilidades para la reflexión (Thomas, 2002)

3. El uso de los foros en las asignaturas del área de Marketing: Evaluación de la experiencia

Como parte de un proyecto de innovación educativa orientado a la adaptación al nuevo Espacio Europeo de Educación Superior, financiado por la Consejería de Educación de la Junta de Castilla y León, y en el que participan dos universidades de la misma comunidad autónoma (Valladolid y Burgos), desde el Área de Comercialización e Investigación de Mercados de ambas universidades se creó una plataforma Web (CIM-NETWORK) para facilitar la comunicación con alumnos y empresas durante el curso 2006/07.

Dentro de esta plataforma se habilitó una zona de foros con los que se pretendía promover una forma de aprendizaje del marketing, con un enfoque más colaborativo, que sirviera de complemento al resto de métodos docentes utilizados en las diversas asignaturas vinculadas al Área. Dentro de esta zona, que se puso en funcionamiento durante el curso 2007/08, se han creado foros para algunas de las asignaturas impartidas en la universidad a la que pertenecen los autores (más concretamente en Fundamentos de Marketing, de la Licenciaturas de Administración y Dirección de Empresas –ADE– y Derecho y Administración y Dirección de Empresas –DADE–, Dirección de Marketing, de la Licenciatura de Investigación y Técnicas de Mercados –ITM– y Marketing, de la Licenciatura de Periodismo).

El proceso de implantación del sistema de foros como práctica docente se detalla a continuación. Los profesores responsables de estas asignaturas, según iban desarrollando el programa docente, fueron proponiendo cuestiones para debatir online relacionadas directa o indirectamente con el tema que se estaba tratando en esas fechas del curso. Con estas cuestiones se buscaba estimular la discusión, la reflexión e incluso la búsqueda de argumentos, ejemplos y contraejemplos que sirvieran a los alumnos para apoyar sus ideas. Para plantear y responder a estas cuestiones en algunos casos los profesores y alumnos se apoyaban en los recursos de Internet (enlaces a noticias, vídeos, etc.).

La participación en los foros no fue obligatoria, si bien se valoraba positivamente en la evaluación final de la asignatura³. Al alumno se le garantizaba la privacidad y confidencialidad para que se sintiera más desinhibido frente a sus compañeros,

³ El equipo docente decidió a posteriori valorar la participación en los foros hasta un máximo de 0,50 puntos a sumar a la nota del examen.

permitiéndole usar un *nickname*. El equipo docente actuaba como moderador interviniendo en las discusiones cuando lo consideraba oportuno.

Durante el curso el funcionamiento de los foros no se vio exento de problemas, casi siempre provocados por caídas del servidor externo. A la fecha (junio de 2008), las estadísticas de uso de los foros son las siguientes: 66 usuarios han escrito 246 mensajes en 32 foros.

3.1. Valoración global del uso de los foros

Aunque aún no es posible hacer un balance completo sobre la evaluación de la experiencia con los foros como nueva herramienta docente (no ha finalizado el curso aún), sí que podemos hacer una aproximación a los resultados logrados en estos primeros meses de implantación. Con este fin, se ha recogido información de los alumnos matriculados en las citadas asignaturas (tanto de los que han utilizado los foros como de los que no). Para ello se ha elaborado un cuestionario que servirá para medir las valoraciones de los estudiantes con la plataforma web CIM-NETWORK y conocer las razones por las que los alumnos no la han usado.

En concreto, se ha tratado de recoger información sobre distintos aspectos:

- Para aquellos que han utilizado la plataforma CIM-NETWORK (alumnos usuarios), se ha tratado de medir su actitud hacia del sitio web, su valoración de la experiencia y los efectos sobre su aprendizaje, entre otros aspectos.
- Para aquellos que no han utilizado la plataforma CIM-NETWORK (alumnos no usuarios), se ha pretendido detectar los motivos para la no participación, entre otros intereses del estudio.
- Para todos los alumnos, usuarios y no usuarios, se ha analizado su perfil psicográfico y demográfico con la intención de determinar si existen diferencias entre ambos grupos. Dicho de otro modo, ¿hay factores personales que pueden favorecer en mayor medida (o no) el uso de los foros? Entre las características de los alumnos estudiadas se encuentran la actitud hacia las innovaciones, la utilidad y facilidad de uso percibido de la herramienta, la experiencia en el uso de Internet o la necesidad de conocimiento, como variables psicográficas, o el sexo, la edad y la titulación como variables demográficas, entre otras.

La encuesta se realizó durante los meses de febrero y marzo de 2008 a los alumnos de las asignaturas Fundamentos de Marketing (ADE y DADE), Dirección de Marketing (ITM) y Marketing (Periodismo), tanto a los que habían utilizado el foro como a los que no. Obtuvimos una muestra útil de 226 individuos, con una edad media de 21 años, el 37.9% hombres y el 62.1% mujeres. La distribución de alumnos por titulaciones es la siguiente: 143 de ADE, 37 de DADE, 20 de ITM y 19 de Periodismo. El desequilibrio entre el número de sujetos muestrales correspondientes a cada titulación es proporcional u obedece a las diferencias reales en el número de alumnos matriculados en cada una de ellas.

En el Anexo 1 se presentan las variables utilizadas en el estudio, con la media y la desviación típica de cada una de ellas.

3.1.1. Utilización del foro en el curso 2007/08: Valoración global

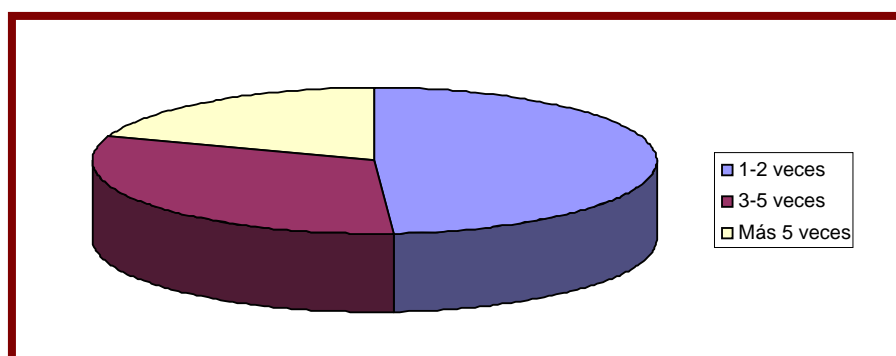
Del total de los alumnos encuestados, 51 habían utilizado los foros y 175 no. En la Tabla 1 aparece la distribución del uso/no uso de los foros por titulaciones. A la vista de los resultados, sí que existe un cierto desequilibrio entre el número de alumnos que han participado en los foros (respecto a los que no han participado) en cada una de las titulaciones: mientras que sólo el 14.7% de los alumnos encuestados de ADE manifestaron haber usado los foros, en ITM este mismo porcentaje ascendió al 45%.

Tabla 1.
Distribución del uso/no uso de los foros por titulaciones

Titulación	Uso los foros	N	Porcentaje
ADE	SÍ	21	14,7
	NO	122	85,3
	Total	143	100,0
DADE	SÍ	11	29,7
	NO	26	70,3
	Total	37	100,0
ITM	SÍ	9	45,0
	NO	11	55,0
	Total	20	100,0
Periodismo	SÍ	7	36,8
	NO	12	63,2
	Total	19	100,0

Asimismo, para los participantes en los foros, su intensidad de uso se refleja en el Gráfico 1. Prácticamente la mitad de los alumnos que han utilizado los foros lo han hecho 1 ó 2 veces (el 49,1%), el 31,4% entre 3 y 5 veces, y sólo el 19,6% de los usuarios participó más de 5 veces.

Gráfico 1.
Tasa de participación en los foros



También se preguntó a los usuarios de los foros del curso 2007/08 su intención de utilizarlo en otras asignaturas en las mismas condiciones que se ha propuesto en la asignatura de marketing (véase el Gráfico 2). Los resultados obtenidos permiten vislumbrar una valoración positiva del uso de los foros (en tanto que determinante de dicha intención de uso futura): más del 50% de los usuarios mostraron una probabilidad muy o bastante positiva de utilizar el sistema de foros en el futuro, y sólo el 4% mostró su intención de no seguir utilizándolo.

Gráfico 2.
Intención de uso futuro de los foros (para los usuarios actuales)



A continuación se presentan los resultados globales acerca de la valoración de los foros, en torno a tres aspectos: actitud hacia el sitio web CIM-NETWORK, satisfacción de los usuarios y efectos sobre el aprendizaje.

3.1.2. Actitud hacia el sitio web CIM-NETWORK

Como se muestra en la Tabla 2, por término medio los usuarios mostraron actitudes favorables hacia el sitio web: para todos los ítems positivos las valoraciones se situaron por encima de la media de la escalas, y para los negativos por debajo.⁴

Tabla 2.
Valoración del Diseño del sitio web CIM-NETWORK

Items	Media	Desv. Típica
Me gusta este sitio web	3,25	0,868
Creo que es un buen sitio web	3,33	0,864
Es un sitio web agradable	3,43	0,944
La información aparece demasiado desordenada	2,16	0,987
Este sitio web está mal organizado	1,90	1,055
La navegación por este sitio web resulta confusa	2,18	1,014
Navegar por este sitio web me resultaba irritante	1,49	0,758

También fueron favorables, más incluso que en el caso anterior, las opiniones de los usuarios sobre la plataforma en términos generales, tal como puede observarse en la Tabla 3⁵:

⁴ Las valoraciones se establecían en una escala likert de 5 puntos, desde 1: totalmente en desacuerdo hasta 5: totalmente de acuerdo.

⁵ Las valoraciones se establecían en una escala de diferencial semántico de 5 puntos, 1: negativo, 5: positivo.

Tabla 3.
Opinión sobre el sitio web CIM-NETWORK

Items	Media	Desv. Típica
Mala/buena	4,00	0,799
Desfavorable/favorable	4,00	0,825
Desagrado/agrado	3,71	0,816

3.1.3. Satisfacción con el uso de los foros

Respecto a la satisfacción experimentada con el uso de los foros (Tabla 4) y la valoración de su experiencia (Tabla 5)⁶, nuevamente los resultados corroboran la buena valoración de la innovación. Así, por ejemplo, los usuarios consideran que ha sido una experiencia satisfactoria (3,35), la participación como una decisión acertada (3,73) y se han sentido a gusto interactuando en los foros (3,49), entre otros aspectos valorados.

Tabla 4.
Grado de satisfacción con los foros

Items	Media	Desv. Típica
Mi experiencia con los foros ha sido satisfactoria	3,35	1,055
Creo que el participar en los foros ha sido una decisión acertada	3,73	0,827
Los foros han cumplido mis expectativas	3,16	0,946
Si tuviera la oportunidad, volvería a utilizar los foros	3,69	1,068

Tabla 5.
Experiencia de navegación en los foros

Items	Media	Desv. Típica
Me he sentido a gusto interactuando en los foros	3,49	0,967
Cuando he utilizado los foros, sin darme cuenta, he estado bastante tiempo conectado	3,33	1,244
Cuando he usado los foros he alcanzado un elevado grado de concentración	3,12	1,089

3.1.4. Aprendizaje con el uso de los foros

Finalmente, el último resultado valorado como consecuencia del uso de los foros, quizás el más importante de acuerdo con los fines del proyecto, es el efecto sobre el aprendizaje de los alumnos (véase la Tabla 6)⁷. A este respecto no encontramos valoraciones tan favorables como en los dos casos precedentes, pero aún así se detecta una influencia positiva: por ejemplo, la participación en los foros ha incrementado el interés de los alumnos por la asignatura (3,06) y les gustaría que esta práctica también se realizara en otras asignaturas (3,64).

⁶ Ambas variables se han medido a través de escalas likert de 5 puntos, desde 1: totalmente en desacuerdo hasta 5: totalmente de acuerdo.

⁷ Las valoraciones se establecían en una escala likert de 5 puntos, desde 1: totalmente en desacuerdo hasta 5: totalmente de acuerdo.

Tabla 6.
Valoración de los efectos sobre el aprendizaje

Items	Media	Desv. Típica
He aprendido más marketing gracias a la participación en los foros	2,86	1,069
Los foros me han ayudado a estudiar mejor la asignatura	2,94	0,978
Mi interés por el marketing se ha incrementado gracias a la participación en los foros	3,06	1,038
Mi interés por asistir a las clases de marketing ha aumentado gracias a los foros	2,56	0,929
Participar en los foros me ha motivado más en mi carrera	2,72	0,927
Me gustaría que este tipo de prácticas se realizaran en otras asignaturas	3,64	1,208
El esfuerzo realizado para poder participar en los foros ha sido excesivo	2,26	1,006
Los foros han sido lo mejor de la asignatura	2,28	0,991
Gracias a la participación en los foros creo que me siento más preparado para aplicar mis conocimientos de marketing en una empresa	2,66	1,002
Gracias a la participación en los foros he aprendido más en este curso que en otros cursos	2,66	1,062

Aún queda seguir profundizando en el estudio de los datos recogidos y valorar los efectos finales sobre el aprendizaje del alumno (por ejemplo, analizando también las calificaciones finales de las asignaturas en relación con las obtenidas en cursos previos). Sin embargo, a la vista de los resultados expuestos, la experiencia puede valorarse de forma positiva

3.2. No uso de los foros

La utilización de los foros dista mucho de encontrarse generalizada. En la Tabla 7 se enumeran, por orden de importancia, las razones por las cuales los alumnos no utilizaron la herramienta. El motivo más frecuente fue la falta de tiempo (así lo han manifestado 64 de los 175 alumnos no usuarios), seguido por la sensación de incapacidad de no poder aportar nada relevante en las discusiones (47 alumnos) y la no disponibilidad de acceso a Internet (30 alumnos).

Tabla 7.
Razones de no uso de los foros

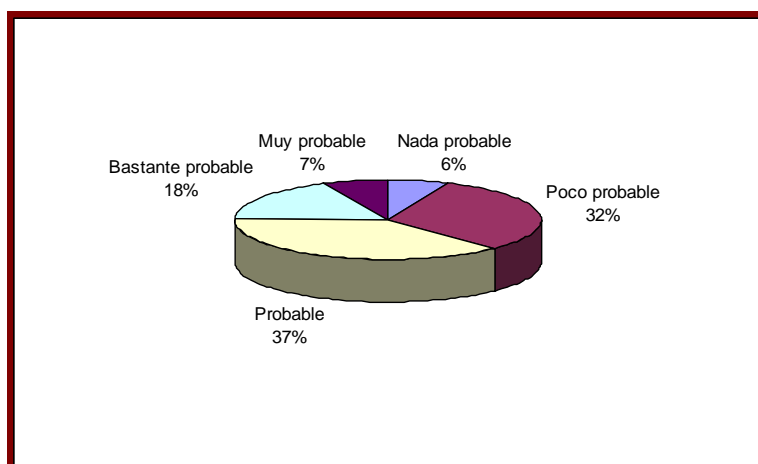
Razones	Nº de alumnos
No he tenido tiempo	64
No me sentía capacitado a aportar nada relevante respecto a los temas sugeridos	47
No me resulta fácil acceder a Internet con frecuencia	30
He considerado que apenas me aportaba nada a mi calificación final	18
No sabía que existían	18
Problemas de acceso y registro	11
Los temas que se han abierto en los foros no eran interesantes	2

Las siguientes razones en orden de importancia para el “no uso” se refieren a la escasa valoración de la práctica en la calificación final de la asignatura (aspecto a tener en cuenta para los próximos cursos) y al desconocimiento de la existencia de los foros (aunque se trató de dar la mayor difusión a la existencia de la herramienta en el aula, en repetidas ocasiones, algunos alumnos, en concreto 18, aún desconocían su existencia). Asimismo, los problemas técnicos ya mencionados desanimaron a algunos alumnos a intentar nuevamente el acceso a la plataforma.

Finalmente, las prácticas propuestas fueron de interés para los alumnos (o, al menos, no fue este uno de los motivos importantes alegados para no participar).

Aún así, los no usuarios no muestran una predisposición desfavorable a utilizar los foros el próximo curso (véase el Gráfico 4). La labor de los docentes deberá estimular en mayor medida estas intenciones y, además, su materialización en comportamientos efectivos.

Gráfico 4.
Intención de uso futuro de los foros (para los no usuarios)



3.3. Diferencias entre usuarios y no usuarios de los foros

Como se anticipó en la introducción de este epígrafe, en el cuestionario también se incluyeron variables relativas al perfil del individuo. Además de la caracterización de la muestra, dichas variables permiten identificar si existe algún rasgo del individuo que establezca diferencias claras respecto a la utilización o no de los foros.

Centrándonos en las variables de carácter psicográfico, en la Tabla 8 se presentan los resultados del test de diferencias de medias entre las sub-muestras usuarios y no usuarios para las siguientes variables: actitud hacia las innovaciones (INN), utilidad de uso percibida (UTI), facilidad de uso (FAC), frecuencia de uso de Internet (FREC) y necesidad de conocimiento del individuo (NEC)⁸. Como puede observarse, existen diferencias estadísticamente significativas en lo que respecta a la utilidad percibida (UT1, UT2, UT3 y UT4), la facilidad de uso percibida (FAC1, FAC2 y FAC4), la frecuencia de uso de los chats/foros (FREC 4) y la necesidad de conocimiento del

⁸ Los ítems utilizados para la medición de dichas variables han sido tomados de estudios previos, fundamentalmente desarrollados en el área de marketing (véase, por ejemplo, Cacioppo y Petty, 1982; Donthu y Gilliland, 1996; Sánchez-Franco, Rondán y Villarejo, 2007, entre otros).

alumno (NEC4, NEC8, NEC10, NEC11 y NEC13). El sentido del efecto es el siguiente: los alumnos que han utilizado los foros presentan una actitud hacia las innovaciones más positiva, perciben una mayor utilidad y facilidad de uso de la aplicación y usan más frecuentemente los chats/foros. En lo tocante a la necesidad de conocimiento, los que han usado el foro de marketing son aquellos más atraídos por los retos y desafíos, por las nuevas formas de pensar y por las tareas que precisan encontrar nuevas soluciones, entre otros.

Tabla 8.
Diferencias entre usuarios y no usuarios de los foros

Indicador	Media (S.D.)		p-value
	Usa foros	No usa foros	
INN1	3,53(0,924)	3,34(0,848)	0,164
INN2	3,8(0,825)	3,7(0,825)	0,442
INN3"	4,10(0,755)	3,99(0,925)	0,440
INN4	3,04(0,848)	2,85(0,925)	0,182
INN5	3,16(0,946)	2,96(0,961)	0,198
UTI1	4,35(0,744)	4,1(0,803)	0,048**
UTI2	4,39(0,723)	4,03(0,765)	0,003**
UTI3	3,96(0,871)	3,65(0,894)	0,028**
UTI4	4(0,782)	3,75(0,855)	0,068*
FAC1	3,73(0,918)	3,42(0,99)	0,048**
FAC2	3,65(0,934)	3,36(0,991)	0,063*
FAC3	3,45(0,879)	3,47(0,937)	0,876
FAC4	3,59(1,023)	3,27(1,046)	0,055*
FREC1	1,55(0,808)	1,51(0,964)	0,785
FREC2	1,75(1,055)	2,02(1,286)	0,16
FREC3	1,67(0,887)	1,77(1,153)	0,572
FREC4	3,59(1,723)	4,25(1,696)	0,015**
FREC5	5,35(0,483)	5,46(0,659)	0,269
NEC1	3,02(1,225)	2,85(1,023)	0,374
NEC2	3,41(1,117)	3,17(0,91)	0,154
NEC3"	3,69(1,068)	3,45(0,977)	0,136
NEC4"	4,00(0,872)	3,68(0,904)	0,026**
NEC5"	3,96(0,894)	3,83(0,881)	0,366
NEC6	2,57(0,855)	2,44(0,863)	0,359
NEC7"	3,86(0,917)	3,74(0,931)	0,390
NEC8"	2,96(0,937)	3,32(0,916)	0,015**
NEC9"	3,24(0,929)	3,13(0,937)	0,490
NEC10	3,29(0,901)	2,94(0,838)	0,009**
NEC11	3,73(0,802)	3,33(0,834)	0,003**
NEC12"	3,98(0,927)	3,73(0,847)	0,066*
NEC13	3,63(1,019)	3,27(0,894)	0,016*
NEC14	2,72(1,07)	2,67(0,905)	0,784
NEC15	3,27(0,85)	3,2(0,768)	0,559
NEC16"	3,41(0,963)	3,39(1,071)	0,889
NEC17"	3,84(1,065)	3,86(0,926)	0,910
NEC18	3,16(1,046)	3,1(0,962)	0,733

" Variables que se han recodificado en sentido positivo.

** Diferencia significativa a un nivel de confianza del 95%.

* Diferencia significativa a un nivel de confianza del 90%.

4. Conclusiones y futuras líneas de actuación

En el presente trabajo se describe una iniciativa de innovación educativa basada en el e-learning. Con este fin, en distintas asignaturas del área de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universidad de Valladolid se ha promovido el uso de foros como herramienta de aprendizaje colaborativo durante el presente curso académico (2007/08) y se ha realizado una encuesta a más de 200 alumnos para su evaluación. Dicha iniciativa se ha desarrollado en el marco de la plataforma de innovación educativa CIM-NETWORK, proyecto en el que, desde el curso 2005/06, llevamos trabajando conjuntamente profesores de las Universidades de Valladolid y Burgos.

Aunque aún no es posible hacer un balance completo sobre la evaluación de la experiencia con los foros como nueva herramienta docente, sí que podemos hacer una aproximación a los resultados logrados en estos primeros meses de implantación. De un primer análisis de los datos de la encuesta hemos obtenido interesantes resultados en cuanto a la utilización y valoración de los foros, las razones para la no utilización y los factores personales que pueden favorecer el uso de los foros.

En líneas generales, han sido “pocos” y “poco” los que han utilizado los foros y el uso que les han dado. Sin embargo, estos resultados no deben conducir al desánimo dado que, aquellos que han participado en la experiencia se han mostrado satisfechos y la han valorado positivamente en su aprendizaje, con elevadas intenciones de seguir utilizando los foros en el futuro.

Visto lo anterior, el reto más inmediato que se plantea para los docentes es conseguir que el uso de los foros se generalice, para lo cual es fundamental analizar las razones que alegaron los alumnos para la no participación. Del análisis de los resultados obtenidos en la encuesta, y de la propia observación de los docentes, han llamado nuestra atención dos factores que no han favorecido el uso de los foros: su escasa valoración en la nota final de la asignatura y los problemas tecnológicos de la plataforma. Respecto al primer factor, en contra de lo que sería deseable, la participación voluntaria o “que sería tenida en cuenta de forma positiva en la evaluación”, sin más, entendemos que no ha sido una motivación suficiente para el uso de los foros, problema que deberemos solventar para el próximo curso (por ejemplo, fijando un porcentaje de la calificación de la asignatura por la evaluación de la participación en los foros). Con relación al segundo factor, hemos observado que, ante problemas en la plataforma que impedían o dificultaban el acceso, los alumnos fácilmente se desalentaban y no volvían a acceder. Aunque estos inconvenientes escapen más a nuestro control, en la medida de nuestras posibilidades trataremos de evitarlos.

Finalmente, también hemos comprobado como determinados rasgos de la personalidad del alumno favorecen su participación en los foros: la actitud hacia las innovaciones, la frecuencia de uso de los foros y chats o su necesidad de conocimiento. Como variables más vinculadas con la propia herramienta, aquellos alumnos que percibieron una mayor utilidad y facilidad de uso de los foros fueron también más proclives a participar.

En la actualidad, los resultados de la encuesta se encuentran en fase de estudio y evaluación más profundos con el fin de extraer nuevas conclusiones que puedan mejorar la práctica del uso de los foros y generar un mayor conocimiento respecto a la temática en cuestión. Para ello se están aplicando técnicas estadísticas más complejas, como el análisis de ecuaciones estructurales u otras técnicas de análisis multivariante, con el fin

de explicar, de una manera más completa, la adopción de los foros y sus efectos sobre la satisfacción y el aprendizaje del alumno.

Paralelamente al desarrollo de los foros, durante el presente curso se han incluido en la plataforma CIM-NETWORK nuevas TICs como las wikis y los blogs, herramientas que, junto con los foros, utilizaremos nuevamente en nuestras asignaturas en el curso 2008/09. Las wikis permitirán a los alumnos interactuar con los materiales didácticos, incorporar otros nuevos y editar las contribuciones y las reflexiones compartidas con otros a través del debate. Frente a las wikis, los blogs (o diarios de bitácora) nos permitirán hacer un seguimiento del trabajo del alumno de forma individual. En esta zona el alumno podrá publicar su trabajo y todos aquellos contenidos que puedan resultar de interés para el resto compañeros de la asignatura (noticias, artículos, opiniones sobre temas de actualidad relacionados con las materias tratadas clase, etc.), entre otras utilidades. En suma, integrando todas estas utilidades en la plataforma convertiremos la web CIM-NETWORK en una auténtica WEB 2.0 colaborativa.

5. Bibliografía

Bloom, B. S. "Taxonomy of Educational Objectives". Handbook I: Cognitive Domain, McKay, Nueva York, 1956.

Benbunan-Fich, R. y Hiltz, S. R. "Mediators of the effectiveness of online courses", IEEE Transactions on professional communication, 46(4), p. 298-312. 2003.

Cacioppo, J. T. y Petty, R. E. "The need for cognition", Journal of Personality and Social. Psychology, 42, p. 116-131. 1982.

Ellis, R. A., Goodyear, P., Prosser, M., y O'Hara, A. "How and what university students learn through online and face-to-face discussion: conceptions, intention and approaches", Journal of Computer Assisted Learning, 22, p. 244-256. 2006.

Fisher, M. y Baird, D.E. "Online learning design that fosters student support, self-regulation, and retention", Campus-Wide Information Systems, 22(2), p. 88-107. 2005.

García, F. J. "Estado actual de los sistemas e-learning", Teoría de la Educación y Cultura en la Sociedad de la Información, 3, Universidad de Salamanca, 2005. http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_06_2/n6_02_art_garcia_penalvo.htm

Hazari, S. "An Educators' Guide to Information Access across the Internet", Journal of Computing in Higher Education, 6(1), p. 91-113. 1994..

Laurillard, D. "A conversational framework for individual learning applied to the Learning Organisation and the Learning Society", Systems Research and Behavioural Science, 16(2), p. 113-122, 1999.

Linuesa, M. "¿Es posible una cultura de colaboración entre el profesorado?", Revista de Educación, 320, pp. 205-221. 1999

Looi, C. H. y Ang, D.: "A multimedia-enhanced collaborative learning environment", Journal of Computer Assisted Learning, 16(1), p. 2-14. 2000.

Sánchez-Franco, M.J.; Rondán, J.L.y Villarejo, A.F. "Un modelo empírico de adaptación y uso de la web. Utilidad, facilidad de uso y flujo percibido", Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, 30, p. 153-179. 2007

Thomas, M. J. W. "Learning within incoherent structures: the space of online discussion forums", Journal of Computer Assisted Learning, 18, p. 351-366. 2002.

Anexo 1.
Descriptivos de las variables del estudio

	VARIABLES	Media	S.D.
	Actitud hacia las innovaciones (Escala likert de 5 puntos. 1:totalmente en desacuerdo, 5: totalmente de acuerdo)		
INN1	Me gusta asumir riesgos	3,38	,867
INN2	Me gusta experimentar nuevas formas de hacer las cosas	3,73	,825
INN3	Los nuevos productos y las novedades suelen ser poco útiles	1,99	,889
INN4	Me considero un experto en el uso de Internet	2,89	,910
INN5	Tengo un elevado conocimiento sobre el manejo de Internet	3,00	,959
	Utilidad percibida y la facilidad de uso de las nuevas tecnologías (Internet, foros, etc.) (Escala likert de 5 puntos. 1:totalmente en desacuerdo, 5: totalmente de acuerdo)		
UTI1	El uso de las nuevas tecnologías en la enseñanza me parece interesante	4,16	,795
UTI2	El uso de las nuevas tecnologías en la enseñanza es útil	4,12	,769
UTI3	El uso de las nuevas tecnologías mejora la efectividad de las actividades que realizo	3,72	,897
UTI4	Considero que el uso de las nuevas tecnologías favorece el aprendizaje	3,81	,844
UTI5	Las nuevas tecnologías son fáciles de utilizar para mí	3,49	,981
UTI6	Me resulta sencillo interactuar con las nuevas tecnologías	3,42	,984
UTI7	No encuentro dificultades para encontrar lo que deseo en Internet	3,47	,923
UTI8	Cualquier estudiante está capacitado para utilizar las nuevas tecnologías	3,34	1,047
	Uso de internet (1: Sí, 2: No)		
ACCESO	Acceso a Internet en el domicilio	1,12	,320
CONSULTA	Consulta de Internet desde el centro de estudios	1,62	,487
	Frecuencia de realización de actividades (1: mucha frecuencia; 2: poca frecuencia)		
FREC1	Utilización del ordenador	1,52	,930
FREC2	Utilización del e-mail	1,96	1,240
FREC3	Navegación por Internet	1,74	1,098
FREC4	Utilización de chats/foros	4,10	1,721
FREC5	Compra por Internet	5,44	,624
	Necesidad de conocimiento (Escala likert de 5 puntos. 1:totalmente en desacuerdo, 5: totalmente de acuerdo)		
NEC1	Me atraen más los problemas muy complejos que los sencillos	2,89	1,071
NEC2	Me gusta asumir la responsabilidad de afrontar una situación que requiere pensar mucho	3,22	,964
NEC3	Pensar no responde a mi idea de la diversión (creo que hay cosas más divertidas que pensar)	2,50	1,001
NEC4	Prefiero hacer algo que requiera pensar poco, a algo que sea un reto para mi capacidad intelectual	2,25	,905
NEC5	Trato de evitar situaciones en las que se requiera pensar y reflexionar profundamente	2,14	,883
NEC6	Me produce mucha satisfacción pasarme horas y horas pensando	2,47	,861
NEC7	Prefiero pensar el mínimo necesario en cada caso	2,24	,927
NEC8	Prefiero pensar sobre pequeños proyectos diarios que en otros a más largo plazo	2,76	,931
NEC9	Me gustan las tareas que requieran pensar poco una vez que las he aprendido	2,84	,934
NEC10	Me atrae la idea de tener que pensar mucho para conseguir algo	3,02	,864
NEC11	Realmente me gustan las tareas que requieren encontrar nuevas soluciones a los problemas	3,42	,842
NEC12	Aprender nuevas formas de pensar no me atrae demasiado	2,22	,870
NEC13	Prefiero que mi vida este llena de desafíos que debo resolver	3,35	,934
NEC14	La idea del pensamiento abstracto me atrae mucho	2,68	,942
NEC15	Prefiero una tarea que sea intelectual, difícil e importante, más que una que no requiera pensar mucho, sea o no sea importante	3,22	,786
NEC16	Completar una dura tarea que requiere mucho esfuerzo mental me produce alivio más que satisfacción	2,61	1,046
NEC17	Para mi es suficiente saber que las cosas funcionan, me importa poco cómo o por qué	2,14	,957
NEC18	Me paso el tiempo reflexionando sobre cualquier cosa, incluso aunque no me afecte personalmente	3,12	,980
	Utilización del foro (1: Sí, 2: No)		
FOROS	Utilización del foro	1,77	,419
	Participación (1: 1-2 veces, 2: 3-5 veces, más de 5 veces: 3)		
VECES	Número de veces que han participado	1,71	,782
	Diseño del sitio web CIM-Network (Escala likert de 5 puntos. 1:totalmente en desacuerdo, 5: totalmente de acuerdo)		
DIS1	Me gusta este sitio web	3,25	,868
DIS2	Creo que es un buen sitio web	3,33	,864

	VARIABLES	Media	S.D.
DIS3	Es un sitio web agradable	3,43	,944
DIS4	La información aparece demasiado desordenada	2,16	,987
DIS5	Este sitio web está mal organizado	1,90	1,055
DIS6	La navegación por este sitio web resulta confusa	2,18	1,014
DIS7	Navegar por este sitio web me resultaba irritante	1,49	,758
	Opinión sobre el sitio web (Diferencial semántico de 5 puntos. 1: negativo, 2: positivo)		
BONDAD	Mala/buena	4,00	,799
FAVOR	Desfavorable/favorable	4,00	,825
AGRADO	Desagrado/agrado	3,71	,816
	Grado de satisfacción con los foros (Escala likert de 5 puntos. 1: totalmente en desacuerdo, 5: totalmente de acuerdo)		
SAT1	Mi experiencia con los foros ha sido satisfactoria	3,35	1,055
SAT2	Creo que el participar en los foros ha sido una decisión acertada	3,73	,827
SAT3	Los foros han cumplido mis expectativas	3,16	,946
SAT4	Si tuviera la oportunidad, volvería a utilizar los foros	3,69	1,068
	Experiencia de navegación en los foros:		
EXP1	Me he sentido a gusto interactuando en los foros	3,49	,967
EXP2	Cuando he utilizado los foros, sin darme cuenta, he estado bastante tiempo conectado	3,33	1,244
EXP3	Cuando he usado los foros he alcanzado un elevado grado de concentración	3,12	1,089
	Intención futura otras asignaturas (1: Nada probable, 5: Muy probable)		
INTENCIÓN	Intención de utilización del foro en otras asignaturas en las mismas condiciones que se ha propuesto en la asignatura de marketing	3,47	,966
	Efecto sobre el aprendizaje (Escala likert de 5 puntos. 1: totalmente en desacuerdo, 5: totalmente de acuerdo)		
APRE1	He aprendido más marketing gracias a la participación en los foros	2,86	1,069
APRE2	Los foros me han ayudado a estudiar mejor la asignatura	2,94	,978
APRE3	Mi interés por el marketing se ha incrementado gracias a la participación en los foros	3,06	1,038
APRE4	Mi interés por asistir a las clases de marketing ha aumentado gracias a los foros	2,56	,929
APRE5	Participar en los foros me ha motivado más en mi carrera	2,72	,927
APRE6	Me gustaría que este tipo de prácticas se realizaran en otras asignaturas	3,64	1,208
APRE7	El esfuerzo realizado para poder participar en los foros ha sido excesivo	2,26	1,006
APRE8	Los foros han sido lo mejor de la asignatura	2,28	,991
APRE9	Gracias a la participación en los foros creo que me siento más preparado para aplicar mis conocimientos de marketing en una empresa	2,66	1,002
APRE10	Gracias a la participación en los foros he aprendido más en este curso que en otros cursos	2,66	1,062
	No uso de foros (1: Sí, 2: No)		
NO_TIEMP	No he tenido tiempo	1,63	,483
NO_ACCES	No me resulta fácil acceder a Internet con frecuencia	1,83	,378
NO_CALIF	He considerado que apenas me aportaba nada en mi calificación final	1,90	,305
NO_TEMAS	Los temas que se han abierto en el foro no eran interesantes	1,99	,107
NO_CAPAC	No me sentía capacitado para aportar nada relevante respecto a los temas sugeridos	1,73	,444
NO_OTROS	Otros (especificar)...		
	Intención futura otras asignaturas (1: Nada probable, 5: Muy probable)		
USO_OTRS	Intención de utilización del foro en otras asignaturas en las mismas condiciones que se ha propuesto en la asignatura de marketing	2,87	1,006
	Compañeros		
EXP_COMP	Conocimiento de experiencia de compañeros en los foros (1: Sí, 2: No)	1,73	,443
VALOR_CO	Calificación comentarios compañeros (1: Muy negativa, 5: Muy positiva)	3,52	,505