

REDES DE INVESTIGACIÓN EN DOCENCIA UNIVERSITARIA

VOLUMEN 2018

Rosabel Roig-Vila (Coord.),
Asunción Lledó Carreres
Jordi M. Antolí Martínez,
& Neus Pellín Buades (Eds.)

Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Volumen 2018

ROSABEL ROIG-VILA (COORD.),
JORDI M. ANTOLÍ MARTÍNEZ, ASUNCIÓN LLEDÓ CARRERES & NEUS PELLÍN BUADES
(EDS.)

Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Volumen 2018

Edició / Edición: Rosabel Roig-Vila (Coord.), Jordi M. Antolí Martínez, Asunción Lledó Carreres & Neus Pellín Buades (Eds.)

Comité editorial internacional:

Prof. Dr. Julio Cabero Almenara, Universidad de Sevilla

Prof. Dr. Antonio Cortijo Ocaña, University of California at Santa Barbara

Prof. Dr. Ricardo Da Costa, Universidade Federal Espiritu Santo, Brasil

Prof. Manuel León Urrutia, University of Southampton

Prof. Dr. Gonzalo Lorenzo Lledó, Universitat d'Alacant

Prof. Dr. Enric Mallorquí-Ruscalleda, Indiana University-Purdue University, Indianapolis

Prof. Dr. Santiago Mengual Andrés, Universitat de València

Prof. Dr. Fabrizio Manuel Sirignano, Università degli Studi Suor Orsola Benincasa di Napoli

Revisió i maquetació: ICE de la Universitat d'Alacant/ Revisión y maquetación: ICE de la Universidad de Alicante

Revisora tècnica/ Revisora técnica: Neus Pellín Buades

Primera edició: octubre 2018 / Primera edición: octubre 2018

© De l'edició/ De la edición: Rosabel Roig-Vila, Jordi M. Antolí Martínez, Asunción Lledó Carreres & Neus Pellín Buades

© Del text: les autores i autors / Del texto: las autoras y autores

© D'aquesta edició: Institut de Ciències de l'Educació (ICE) de la Universitat d'Alacant / De esta edición: Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Alicante

ice@ua.es

ISBN: 978-84-697-9430-2

Qualsevol forma de reproducció, distribució, comunicació pública o transformació d'aquesta obra només pot ser realitzada amb l'autorització dels seus titulars, llevat de les excepcions previstes per la llei. Adreceu-vos a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necessiteu fotocopiar o escanejar algun fragment d'aquesta obra. / Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

Producció: Institut de Ciències de l'Educació (ICE) de la Universitat d'Alacant / Producción: Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la Universidad de Alicante

EDITORIAL: Les opinions i continguts dels textos publicats en aquesta obra són de responsabilitat exclusiva dels autors. / Las opiniones y contenidos de los textos publicados en esta obra son de responsabilidad exclusiva de los autores.

25. Pinterest e imagen como herramientas de apoyo a la enseñanza universitaria. Diseño de una rúbrica de evaluación

García Gómez, Blanca¹; Esteban Laleona, Sonia²; Vargas Soria, Piedad³

¹*Universidad de Valladolid, bgarcia@eade.uva.es*

²*Universidad de Valladolid, sesteban@ea.uva.es*

³*Universidad de Valladolid, mariapiedad.vargas@uva.es*

RESUMEN

Cada vez con más frecuencia observamos la dificultad que tienen los estudiantes universitarios para desarrollar su creatividad. A menudo la docencia les induce a ser, en cierta medida, autómatas acostumbrados a seguir a pies juntillas ciertos protocolos de actuación. Quizás por ello, se sienten perdidos cuando en asignaturas con procedimientos menos ortodoxos se les pide diferenciación, innovación o creatividad. Es precisamente el problema que detectamos en algunas asignaturas de la materia Comercialización e Investigación de Mercados. En un intento por intensificar la formación del estudiante en competencias, como exige la implementación del EEES, y dentro de un área de conocimiento muy orientada al ámbito profesional, hemos podido detectar el poder de la imagen como herramienta de aprendizaje. Y ello por su capacidad para fomentar la creatividad, a la par que por su utilidad como forma de transmisión de información. Pero además, si vinculamos la imagen con las redes sociales adecuadas, podemos dar un paso más incentivando el aprendizaje colaborativo. Y en esta línea, Pinterest nos ofrece la posibilidad de crear tableros participativos, en los que todos los estudiantes pueden aportar, ayudando a cosechar un mejor resultado y aprendiendo de las contribuciones de otros. Finalmente surge la necesidad de valorar el trabajo desarrollado por el estudiante y por ello proponemos una rúbrica que facilite la evaluación del trabajo del estudiante.

PALABRAS CLAVE: trabajo colaborativo, imagen, creatividad, innovación

1. INTRODUCCIÓN

La enseñanza universitaria se halla inmersa en un escenario cambiante que pretende adaptarse a las transformaciones impuestas por un nuevo modelo docente en el que el dinamismo, la innovación, el enfoque colaborativo y la preeminencia del estudiante son actores fundamentales. Además, el nuevo entorno académico exige una creciente dedicación no presencial del estudiante, aspectos que aconseja el empleo de herramientas que faciliten la cooperación y comunicación en medio del proceso de enseñanza aprendizaje (Saquete, Garrigos, Mazón, Vázquez e Izquierdo, 2011).

Y de la mano de estas modificaciones el rol del profesor no ha permanecido inalterado, al contrario, ha experimentado una gran mutación puesto que ha pasado a ser guía y motivador de un estudiante que asume un papel cada vez más activo. En síntesis, somos testigos de un cambio de paradigma educativo, unido a otro de carácter metodológico que ha de potenciar el papel activo del estudiante, su iniciativa y el pensamiento crítico (Esteve, 2009).

En medio de este proceso de cambio en el que se ha de lograr potenciar la implicación del estudiante en su formación, aparecen las redes sociales como herramientas de gran popularidad entre los estudiantes universitarios. No en vano, la citada evolución de estas estrategias pedagógicas aprovecha tanto los nuevos hábitos de los estudiantes, que pueden ver el uso de estas aplicaciones como una prolongación de sus rutinas sociales, como la participación activa en el proceso de aprendizaje, que conlleva una apropiación de estas dinámicas que se espera sean repetidas de forma natural en otros aspectos más sociales y culturales del desarrollo personal del conocimiento (Cimadomo, 2016).

Son muchos los estudios que, en esta línea, proponen la utilidad de las redes sociales como herramientas de trabajo colaborativo, capaces de mejorar el rendimiento académico de las horas no presenciales (León de Mora, 2010 y Saquete et als, 2011).

Pero además, autores como Dapía y Escudero (2014) reconocen la capacidad de las redes sociales para superar paradigmas centrados en la lección magistral y para promover la participación, la interacción y la colaboración como bases del aprendizaje para la innovación y la mejora de la calidad. Así las cosas, las redes sociales contribuyen a impulsar un aprendizaje constructivista y colaborativo (Conole y Alevizou, 2010 y Gómez et al, 2011).

De forma complementaria al uso de las redes sociales y teniendo en cuenta que el estudiante cada vez se enfrenta a un mayor volumen de información que ha de sintetizar para poder incorporarla de forma adecuada a su proceso de aprendizaje, aparece la imagen como elemento diferencial, con gran capacidad para contribuir a la generación de destrezas, además de su potencial como elemento transmisor de información. Es bien sabido que “una imagen vale más que mil palabras”, lo que unido a la escasez de tiempo disponible le confiere un gran valor comunicativo.

La unión de los dos elementos a los que hemos hecho alusión: redes sociales e imagen, nos llevan a Pinterest, una de las redes de más reciente creación, cuya aparición se sitúa en 2010 y que ha sido la que ha logrado con mayor rapidez llegar a superar los diez millones de usuarios (Sloan, 2011).

Pinterest es una red social que permite, como el resto, la interacción entre usuarios, aunque el vínculo entre éstos sea más débil, puesto que no se emplea para buscar relaciones directas, sino para interactuar y seguir unos determinados tableros. Todo ello potencia el interés por los contenidos y por su difusión, aspecto que a juicio de Cimadomo (2016) tiene un gran interés en el ámbito docente.

El rasgo característico diferencial de Pinterest es su orientación visual, lo cual aboca en la generación de tableros o pinboards en los que los usuarios comparten de un modo organizado imágenes que resultan interesantes sobre diferentes aspectos. Se podría decir que Pinterest genera un banco de recursos didácticos en modo imagen, ya sea fotografía o infografía.

2. OBJETIVOS

Los objetivos de la experiencia que presentamos en estas páginas se pueden concretar del siguiente modo:

- Introducir en el aula, técnicas y herramientas más activas, que motiven al alumno a participar en su proceso formativo y en el de sus compañeros. En definitiva, conseguir que los discentes se conviertan en verdaderos protagonistas de su proceso de aprendizaje.
- Incentivar la interacción entre estudiantes de diferentes centros y áreas de conocimiento para conseguir la generación de sinergias al servicio de una formación más completa.
- Conocer los problemas derivados de la aplicación de estas herramientas en el proceso docente, al objeto de diseñar modelos y técnicas capaces de superar dichas dificultades.
- Incentivar la creatividad de los estudiantes a través del diseño de imágenes que transmitan el contenido de los diferentes trabajos a desarrollar.
- Fomentar la creatividad de los estudiantes, tanto en el diseño de recursos, como en la concepción de herramientas e instrumentos que favorezcan el aprendizaje.
- Incentivar la participación activa del discente al servicio de un aprendizaje basado en competencias, más que en adquisición de conocimientos, todo ello a través del desarrollo de acciones y de la asunción de roles a lo largo del proceso formativo.
- Despertar y fomentar el espíritu crítico de los estudiantes a través de la valoración de las aportaciones del resto del grupo, así como de estudiantes de años anteriores.
- Lograr que el estudiante comprenda las ventajas del trabajo colaborativo al servicio de la consecución de un resultado óptimo.
- Generar una rúbrica de evaluación que permita valorar el trabajo realizado por el estudiante de forma colaborativa y en formato visual.
-

3. DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

El diseño y desarrollo de una imagen que sea capaz de transmitir información requiere del estudiante un esfuerzo al tener que enfrentarse a un escenario nuevo: ha de plasmar en una imagen el contenido a transmitir, en lo que conocemos como “infografía”. Ello requiere conocer muy bien el contenido a transmitir, ser capaz de resumirlo convenientemente, desarrollar la creatividad al servicio de las ilustraciones, aprender a organizar el espacio, etc.

Todas estas tareas se han de realizar en equipo, desde un enfoque colaborativo y es por ello que consideramos fundamental poner al servicio de los estudiantes una plataforma que les permita trabajar de ese modo. A través de los tableros colaborativos o pinboards, Pinterest permite que diferentes individuos hagan aportaciones, creando un escenario óptimo para el desarrollo del trabajo puesto que además posibilita que docentes y alumnos contribuyan de forma activa en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Esta experiencia se llevó a cabo con estudiantes del Grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE). Antes de continuar conviene señalar que el estudiante de ADE tuvo que enfrentarse al reto de trabajar con imágenes, tarea a la que no está habituado. Para conseguir que el trabajo fuera verdaderamente enriquecedor, se firmó un convenio de colaboración con la Escuela de Arte y Superior de Diseño (EASD), para que profesores y estudiantes del Grado en Diseño Gráfico pudieran participar aportando su peculiar visión sobre la imagen. Entendemos que esta interacción contribuirá sobremanera a la adquisición de destrezas por parte de los estudiantes, la interdisciplinariedad permitirá una formación más completa para el alumno que deberá interactuar con otros, iguales pero pertenecientes a un área diferente aunque complementaria.

Como ya hemos precisado la experiencia se vinculó a una asignatura del Grado en ADE, perteneciente al área de conocimiento de Comercialización e Investigación de Mercados, concretamente Dirección Comercial II. La elección de esta asignatura responde a su carácter dinámico, actual, basado en el desarrollo de la creatividad de los estudiantes, además de estar ubicada en el momento idóneo para garantizar el aprovechamiento del aprendizaje por el estudiante.

El desarrollo del proyecto se organizó en diferentes fases. En primer lugar se organizaron varios encuentros con personal de la EASD, profesores y estudiantes para intercambiar impresiones sobre la imagen: su diseño, elaboración, organización del contenido, etc. A partir de las consideraciones iniciales se crearon grupos de trabajo, cada uno de los cuales generó un tablero grupal o colaborativo para poder trabajar en equipo. Se trata de una herramienta online en la que los integrantes del grupo pueden ver, añadir o modificar las imágenes de ese tablero grupal y de ese modo mejorar el resultado final con las diferentes aportaciones realizadas. Si tenemos en cuenta que el perfil de los participantes es totalmente diferente (unos provienen de diseño gráfico y otros de administración de empresas), podemos intuir que la complementariedad dio sus frutos al obtener una imagen óptima en cuanto a forma y fondo.

Cada uno de los grupos fue elaborando una infografía resumen del plan de marketing del producto elegido. Para facilitar su diseño, previamente se crearon cuatro infografías parciales, cada una de ellas con un contenido diferente (análisis del entorno, estrategia de producto, precio, distribución y comunicación). El trabajo finalizó con la exposición oral del trabajo, con ayuda de la infografía como único elemento de apoyo.

Hemos de decir que este trabajo sirvió de herramienta de evaluación de los estudiantes de cara a la superación de la mencionada asignatura, es por ello que uno de los resultados relevantes de esta experiencia fue el diseño de una rúbrica de evaluación que permitiese una adecuada evaluación del trabajo desarrollado a la par que servir como documento de transparencia de cara a que los estudiantes comprendan su nota final.

4. RESULTADOS

Agruparemos los resultados en dos apartados diferentes, en el primero comentaremos aquellos referidos a la divulgación de los trabajos y que favorecen el desarrollo competencial del estudiante y en el segundo comentaremos la rúbrica de evaluación generada a partir de la experiencia.

4.1. Resultados de divulgación y competenciales

Los trabajos finales, esto es, las infografías desarrolladas por cada grupo de estudiantes fueron incorporadas a un tablero en Pinterest donde se pueden consultar por todo aquel que esté interesado en la estrategia de marketing mix. Las imágenes pueden consultarse en este enlace <https://pin.it/7nbikffk2ul4rc>

A partir de los trabajos realizados por los estudiantes y que fueron empleados para su evaluación final, se organizó una exposición pública en el Campus Duques de Soria para compartir el saber hacer de los estudiantes. A posteriori se organizó una jornada en la que participaron diferentes colectivos, en el Palacio de la Audiencia de Soria y donde los estudiantes explicaron su trabajo a partir de la infografía realizada. Finalmente, se seleccionaron tres trabajos que destacaron por su excelencia, los cuales representaron a la Facultad en el XI Foro Soriactiva en el que se dieron cita empresarios y profesionales de diferentes ámbitos. En dicho evento los estudiantes participaron en una mesa redonda en la que compartieron su trabajo con el público asistente.

La difusión de los trabajos a través de las ya mencionadas jornadas han conseguido mejorar notablemente el desarrollo de competencias en el estudiante al medirse en escenarios diferentes. De todo ello daremos cuenta en las conclusiones.

4.2. Rúbrica de evaluación de la imagen o infografía

En otro orden de cosas, fruto del trabajo pudimos desarrollar una rúbrica de evaluación de la imagen como herramienta de valoración del trabajo grupal realizado por los estudiantes. Para calificar cada trabajo se tuvo en cuenta continente y contenido, pero en este documento sólo nos ocuparemos

del continente puesto que es la parte novedosa del proyecto.

La evaluación de las imágenes se articuló en torno a cuatro elementos: orden de los elementos, limpieza, uso del color e identidad. Cada uno de dichos ítems se valoró de 0 a 10 puntos. Evidentemente otro apartado fundamental de la evaluación fue el contenido recogido dentro de la imagen, para esta parte se siguieron las normas generales de la asignatura que no suponen novedad alguna y por lo que consideramos no debemos detenernos en su explicación.

Orden de los elementos

Se evalúa la disposición de los elementos que componen la infografía; esto es, que todos los elementos estén adecuadamente colocados usando una retícula auxiliar de composición, que cada uno decidirá según lo que quiera transmitir. En base a ello la rúbrica queda de la siguiente forma.

Tabla 1. Rúbrica para evaluar el orden

Puntuación del orden en la imagen				
0-3 puntos	3-5 puntos	5-7 puntos	7-9 puntos	10 puntos
La infografía carece de retícula alguna por la cual regirse, esto provoca confusión en el mensaje	La retícula es pobre y/o hay elementos que no siguen dicho patrón	Tiene una retícula aceptable y todos los elementos la siguen	La retícula está muy bien creada, todos los componentes la siguen y denota preocupación por la colocación de los elementos	La retícula es creativa, mejora el entendimiento de la infografía y está adecuada con lo que el emisor pretende transmitir

Limpieza de la imagen

Se evalúa la correcta separación entre los elementos así como los márgenes, de modo que se genere una imagen clara y sin agrupación excesiva. La tabla 2 explica detalladamente la rúbrica para cada puntuación.

Tabla 2. Rúbrica para evaluar la limpieza

Puntuación de la limpieza en la imagen				
0-3 puntos	3-5 puntos	5-7 puntos	7-9 puntos	10 puntos
Todos los elementos están amontonados y provocan dificultades en el entendimiento de la infografía	Apenas se entiende la infografía, pero hay una mínima intención de limpieza	Los elementos están separados entre sí y tienen unos márgenes continuos	Los elementos están separados de una forma jerárquica, lo que mejora el entendimiento gráfico	El espacio en blanco (vacío) es tomado en cuenta como un elemento más y juega un papel muy importante en la composición de la infografía

Uso del color

Se evalúa el uso correcto del color: saber qué color emplear, cómo establecer las combinaciones así como la cantidad en la que debe usarse para reforzar la comunicación de la infografía. La tabla 3

muestra los elementos exigidos para lograr cada puntuación.

Tabla 3. Rúbrica para evaluar el uso del color

Puntuación del uso del color				
0-3 puntos	3-5 puntos	5-7 puntos	7-9 puntos	10 puntos
El uso del color confunde al espectador, normalmente debido al exceso y a una mal combinación	El color aunque cumple cierta función distrae del mensaje principal, guiando al espectador donde no es lo principal	El color se ha usado de una forma correcta, sin molestar a la comprensión	El color está aplicado de manera que el espectador sabe qué es lo principal y secundario	El color transmite lo que el emisor necesita, y además ayuda y mejora el entendimiento de la infografía

Identidad de la imagen

Se evaluó el correcto uso de todos los elementos, así como sus disposiciones, en forma, tamaño, color, uso tipográfico, todo ello al objeto de que la infografía consiga comunicar no solamente el contenido, si no quién la ha creado o, dicho de otro modo, quién es el emisor. Todo el detalle en la tabla 4.

Tabla 4. Rúbrica para evaluar la identidad de la imagen

Puntuación de la identidad de la imagen				
0-3 puntos	3-5 puntos	5-7 puntos	7-9 puntos	10 puntos
No se sabe quién es el emisor, no hay rastro de identidad corporativa y todos los elementos no guardan ningún tipo de coherencia	La identidad corporativa está muy poco visible, no existiendo concordancia entre los elementos dispuestos	Se reconoce al emisor, pero los elementos dispuestos no guardan relación	Tanto la identidad corporativa como los elementos dispuestos tienen absoluta coherencia, y sin lugar a dudas se reconoce al emisor	Aplicación de la identidad corporativa de forma creativa y con una coherencia máxima entre todos los elementos.

5. CONCLUSIONES

Una vez más hemos podido constatar el efecto positivo que tiene la introducción de cambios en el proceso de enseñanza-aprendizaje, centrados en el diseño de metodologías que aumenten el nivel de implicación del estudiante, tanto en su formación, como en la del grupo. Además, la interacción con otros públicos, de perfiles diferentes, cuya formación es complementaria, ayuda a desarrollar nuevas capacidades que refuerzan las que son propias de un estudiante de Administración y Dirección de Empresas.

El empleo de la imagen como herramienta de formación ha permitido mejorar notablemente la creatividad de unos estudiantes poco habituados a enfrentarse a este modelo de comunicación. En este sentido, la colaboración con alumnos y profesores del Grado en Diseño Gráfico ha tenido gran valor para ayudarles a usar adecuadamente los elementos visuales. Además han tenido que hacer un

notable esfuerzo por sintetizar la información, a la par que adaptar el discurso a un formato diferente.

Así en líneas generales, la interacción con otros públicos ha enriquecido sobremanera a los estudiantes y ha favorecido sus capacidades de comunicación.

Por otro lado se ha logrado una mejora notable de la competencia de trabajar en equipo, enriquecida por la interacción, no sólo entre estudiantes que forman el grupo responsable del trabajo a evaluar, sino con otros colectivos diferentes cuya participación esta desvinculada de la evaluación final del proyecto, como ya hemos apuntado con anterioridad.

Hemos conseguido la mezcla adecuada de ingredientes que han dado como resultado un elevado nivel de motivación de los estudiantes, derivados de la responsabilidad asumida al liderar su propio plan de marketing y de la capacidad de ayudar a otros estudiantes. Evidentemente la labor desarrollada a lo largo del cuatrimestre por parte de los estudiantes ha sido asumida de una forma claramente proactiva, anticipando problemas y proponiendo soluciones globales que compartidas con el resto del grupo han permitido facilitar el trabajo de los demás.

El uso de paneles de trabajo en grupo ha servido como herramienta de empoderamiento y participación de unos estudiantes volcados en el desarrollo de su trabajo. En esta línea, Pinterest ha constituido una herramienta de apoyo clave en el día a día del proceso de enseñanza-aprendizaje, puesto que ha permitido a los estudiantes estar en contacto continuo independientemente de su procedencia o ubicación.

Por otro lado, la presentación de los resultados del trabajo en eventos públicos, dirigidos a públicos diferentes como empresarios o profesionales, ha sido todo un reto para los estudiantes que han tenido que enfrentarse a un escenario diferente empleando un discurso adaptado a un público al que no están habituados. La competencia oral relacionada con hablar en público y todo lo que conlleva (control de estrés, uso adecuado del lenguaje gestual, uso del discurso, etc) ha mejorado notablemente para los estudiantes que han comenzado a desarrollar un adecuado know how al respecto.

Es indudable que a través del desarrollo de este proyecto hemos contribuido a mejorar la empleabilidad de los estudiantes, que han aprendido a manejar la imagen como forma de presentar una información de forma breve y con mayor capacidad de impacto, de una forma diferente. Esta destreza puede servirles de aplicación en su proceso de búsqueda de empleo por ejemplo a través del diseño de un curriculum vitae en gran medida visual y, por ende, diferente y con mayor capacidad de impactar en un proceso de selección.

6. REFERENCIAS

Conole, G. & Alevizou, P. (2010). *A literature review of the use of Web 2.0 tools in Higher Education*. HEA Academy, York, UK. Recuperado de https://www.heacademy.ac.uk/system/files/Conole_Alevizou_2010.pdf

- Cimadomo, G. (2016). Utilización de la aplicación Pinterest en la asignatura de Historia de la Arquitectura en el marco del EEES. *Digital Education Review*, 29(1), 181-192. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5580049.pdf>
- Dapía, M. & Escudero, R. (2014). Aprendizaje colaborativo mediante el uso de edublog en la enseñanza universitaria. Valoración de una experiencia. *Enseñanza & Teaching*, 32(2), 53-72.
- Esteve, F. (2009). Bolonia y las TIC: De la docencia 1.0 al aprendizaje 2.0. *La Cuestión Universitaria*, (5), 58-67
- Gómez, M., García, L., Selva, V., Martínez, A., Solla, J., Vidal, F., Sánchez, C. & Iniesta, J. (2011). El trabajo colaborativo como metodología para mejorar la competitividad educativa y profesional. En M. C. Gómez & J. D. Álvarez (Coords), *El trabajo colaborativo como indicador de calidad del Espacio Europeo de Educación Superior*; vol I, (pp. 69-88)
- León de Mora, C. (2010). *Entornos colaborativos en docencia virtual: redes sociales y wikis*. Sevilla: Universidad de Sevilla. Secretariado de publicaciones
- Saquete, E., Garrigós, J., Mazón, S. & Izquierdo, R. (2011). Influencia de los estilos de aprendizaje en el uso de redes sociales para docencia. Recuperado de <https://web.ua.es/es/ice/jornadas-redes-2011/documentos/posters/184011.pdf>
- Sloan, P. (2011). Pinterest: crazy growth lands it as top 10 social site. Recuperado de <https://www.cnet.com/news/pinterest-crazy-growth-lands-it-as-top-10-social-site/>