



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

**Memorias del Programa
de Redes-I3CE de calidad,
innovación e investigación
en docencia universitaria**

Convocatoria
2020-21

**Memòries del Programa
de Xarxes-I3CE de qualitat,
innovació i investigació
en docència universitària**

Convocatòria
2020-21



Satorre Cuerda, Rosana (Coordinación)
Menargues Marcilla, María Asunción; Díez Ros, Rocío; Pellín Buades, Neus (Eds.)

UA

UNIVERSITAT D'ALACANT
UNIVERSIDAD DE ALICANTE

Vicerectorat de Transformació Digital
Vicerrectorado de Transformación Digital
Institut de Ciències de l'Educació
Instituto de Ciencias de la Educación

Memorias del Programa de Redes-I3CE de calidad, innovación e investigación en docencia universitaria. Convocatoria 2020-21 / Memòries del Programa de Xarxes-I3CE de qualitat, innovació i investigació en docència universitària. Convocatòria 2020-21

Organització: Institut de Ciències de l'Educació (Vicerectorat de Transformació Digital) de la Universitat d'Alacant/ *Organización: Instituto de Ciencias de la Educación (Vicerrectorado de Transformación Digital) de la Universidad de Alicante*

Edició / *Edición*: Rosana Satorre Cuerda (Coord.), Asunción Menargues Marcillas, Rocío Díez Ros, Neus Pellin Buades

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

Primera edició / *Primera edición*: desembre 2021/ diciembre 2021

© De l'edició/ *De la edición*: Rosana Satorre Cuerda, Asunción Menargues Marcillas, Rocío Díez Ros & Neus Pellin Buades

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

© D'aquesta edició: Universitat d'Alacant / *De esta edición: Universidad de Alicante*

ice@ua.es

Memorias del Programa de Redes-I3CE de calidad, innovación e investigación en docencia universitaria. Convocatoria 2020-21 / Memòries del Programa de Xarxes-I3CE de qualitat, innovació i investigació en docència universitària. Convocatòria 2020-21 © 2021 by Universitat d'Alacant / Universidad de Alicante is licensed under [CC BY-NC-ND 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) 

ISBN: 978-84-09-34941-8

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. Diríjase 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*

Aquesta publicació s'ha fet seguint les directrius d'accessibilitat UNE-EN 301549:2020 / Esta publicación se ha hecho siguiendo las directrices de accesibilidad UNE-EN 301549:2020.

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

60.Importancia de los anuncios UACloud en tiempo de pandemia Covid-19

C. Bañón Calatrava; P. Garrido Miralles; A. Mol Gómez-Vázquez; R. Iñiguez Sánchez; C. Martínez Sola; F. Poveda Fuentes; S. Sanabria García; J. Torres Sempere

c.banon@ua.es; p.garrido@ua.es; ana.mol@ua.es; raul.iniguez@ua.es;
cristina.martinez@ua.es; fpoveda@ua.es; sonia.sanabria@ua.es;
joaquin.torres@ua.es

Dpto. Economía Financiera y Contabilidad
(Universidad de Alicante)

Resumen (Abstract)

En el contexto actual de pandemia sanitaria (curso 2020-2021) de forma inevitable la docencia online se ha convertido en protagonista indiscutible en el sistema enseñanza-aprendizaje, el uso de las plataformas virtuales ha tenido un papel primordial en la comunicación, especialmente, entre el profesorado y alumnado. Nuestro estudio se centra concretamente en el campus virtual de la Universidad de Alicante (UACloud). Ante esta situación, lo deseable es que dicha plataforma hubiese funcionado de acuerdo con su utilidad esperada. Sin embargo, la efectividad deseada no siempre es detectada. A través de una encuesta realizada a una muestra de estudiantes (n=309) matriculados en asignaturas de Contabilidad y Finanzas del grado en ADE y sus dobles grados, analizamos si la pestaña Anuncios del UACloud ha sido todo lo útil que se esperaba en la comunicación del triángulo profesorado-alumnado-institución. Los resultados evidencian que la comunicación alumnado-profesorado ha sido buena, pero porque hay un hilo conector de comunicación (profesor). Si bien, falla la comunicación alumnado-institución. El motivo es el elevado volumen de anuncios que el estudiantado recibe. Esa sobreinformación provoca que, en

multitud de ocasiones, directamente descarten la totalidad de los mismos con la posible pérdida de cierta información relevante para ellos como becas, ayudas, prácticas.

Palabras clave: Covid-19, comunicación, anuncios, UACloud.

1. Introducció

1.1 Cuestión específica del objeto de estudio y revisión de la literatura

Es bien sabido por toda la comunidad universitaria que las redes sociales como Facebook, YouTube, WhatsApp y Twitter constituyen un tipo de plataforma electrónica que permite interacciones y comunicaciones sin restricciones geográficas. Con el drástico aumento de redes sociales, buscar, compartir y debatir noticias a través de estas plataformas interactivas se ha convertido en una parte inevitable de la vida cotidiana de los universitarios (Casero-Ripollés, 2012; Martínez-Costa et al., 2019). Con la creciente popularidad de redes sociales como fuentes noticiosas, se ha convertido en un foco de atención entre profesores, docentes y académicos para tener un claro entendimiento de cómo y por qué los universitarios buscan noticias en redes sociales, en qué medida perciben que controlan las influencias noticiosas, y cuán bien conocen sobre las noticias. Creemos que un entendimiento más claro de las actividades y motivaciones noticiosas ayudaría a identificar los niveles y las necesidades actuales de los estudiantes. Por ellos, nos planteamos: ¿tiene el alumnado el mismo interés en los Anuncios del UACloud, como medio de comunicación con su profesorado y la propia institución?

Los campus virtuales son un complemento importante en el desarrollo de la actividad docente pero también en el logro de que haya una perfecta comunicación entre los tres pilares básicos de la universidad: profesorado, alumnado, institución. El Campus Virtual de la Universidad de Alicante (UACloud) fue uno de los primeros sistemas de gestión del aprendizaje que se implementó en la universidad española. Entre la multitud de usos que tiene la plataforma UACloud, es importante tener presente la herramienta Anuncios dado que en multitud de ocasiones es la principal fuente de comunicación es ese triángulo mencionado anteriormente.

Durante el curso 2020/2021, la nueva realidad provocada por la pandemia del COVID-19, ha supuesto uno de los mayores desafíos a los que han tenido que

hacer frente las universidades, hasta la fecha, al tener que peregrinar de la modalidad de docencia presencial a la dual y/o virtual. La crisis sanitaria de la COVID-19 y la declaración del estado de alarma han implicado la obligación de confinamiento del profesorado y del alumnado de la Universidad de Alicante, como en el resto de las universidades.

La pandemia de COVID-19 ha llevado, obligatoriamente, a un paréntesis en el que una parte importante de la vida presencial se ha virtualizado. Este proceso ha sido y es particularmente intenso en las universidades presenciales, tanto en el tránsito a la modalidad de formación no presencial como en los correspondientes procesos de evaluación. A consecuencia de esta nueva situación, las instituciones y el profesorado se han visto comprometidos a la búsqueda de nuevas estrategias y herramientas tecnológicas que permitan, en mayor o menor medida, adaptar la enseñanza y dar continuidad al curso académico.

Para el desempeño de esta enseñanza virtual es fundamental contar con unas buenas herramientas de comunicación que acompañen este sistema de docencia, así como una perfecta comunicación virtual profesorado-alumnado. El grupo de investigadores que conforman la presente red docente llevamos varios años participando en las convocatorias de redes del Instituto de Ciencias de la Educación (ICE) de la universidad de Alicante (Bañón, y otros, 2020), trabajando en la importancia que los anuncios del UAcloud tienen para nuestros estudiantes, cuando todavía no sabíamos la importancia que pasarían a tener los anuncios como elemento de vital importancia para el desarrollo de enseñanza. De hecho, Ahora bien, nos planteamos si con la situación excepcional de la pandemia puede haber cambiado la percepción que el alumnado tiene sobre el buen o mal funcionamiento de los anuncios a través del UAcloud. Por consiguiente, con esta red buscamos un análisis comparativo y el impacto de la virtualidad en la vida universitaria a través de los anuncios como principal herramienta de comunicación entre alumnado, profesorado e institución.

1.2 Propósitos u objetivos

Con el objetivo de contrastar esa idea previamente mencionada, hemos tomado como población objeto de estudio el conjunto del estudiantado matriculado en los diferentes cursos, principalmente en tercero y cuarto, del grado en Administración y Dirección de Empresas, así como de sus dobles grados en Derecho, Ingeniería Informática y Turismo en la Universidad de Alicante. Nos hemos centrado en asignaturas de la rama de Contabilidad y Finanzas para evitar duplicidades de alumnado ya que los mismos estudiantes están matriculados en diferentes asignaturas del mismo curso. Usando como base la misma encuesta que se les pasó en la red docente del año anterior, dado que buscamos la comparativa, se recaba información para el curso 2020-2021. Es importante esta comparativa si tenemos en cuenta que el curso 2020-21 ha sido íntegramente virtual mientras que durante el curso 2019-20 la mayor parte de la docencia fue presencial. La ventaja de disponer de datos sobre encuestas anteriores a la actual situación de pandemia permitirá observar si la importancia de los anuncios en la docencia no presencial también ha modificado su importancia relativa en el colectivo de estudiantes.

2. Método

2.1. Descripción del contexto y de los participantes

La población objeto de estudio para la red docente han sido los estudiantes matriculados en los grados de ADE y dobles grados de DADE, TADE e I2ADE, en las asignaturas de Contabilidad y Finanzas (cursos de primero a quinto). La muestra definitiva está formada por un total de 510 estudiantes durante los cursos 2019/2020 y 2020/2021, habiéndose obtenido 201 y 309 respuestas para cada uno de los cursos respectivamente. La distribución de los encuestados por titulación y curso en el que está matriculado se presenta en la Tabla 1. Panel A, y la distribución por género y curso académico se muestra en la Tabla1. Panel B

Tabla 1. Distribución de la muestra por titulación, género y curso académico.
Panel A. Comparativo curso 2019/2020 y 2020/2021, en términos absolutos y relativos

Grado / Curso Acad.	2019/2020	2019/2020	2020/2021	2020/2021
ADE	97	48.26%	138	44.66%
DADE	22	10.95%	64	20.71%
Derecho	0	n.d.	1	0.32%
Economía	20	9.95%	10	3.24%
I2-ADE	19	9.45%	13	4.21%
Marketing	0	n.d.	4	1.29%
RRII	0	n.d.	12	3.88%
TADE	43	21.39%	31	10.03%
Turismo	0	n.d.	36	11.65%

*n.d. nos disponibilidad de datos

Tabla 1. Panel B. Comparativa género y curso académico

Curso Acad.	Hombre	Hombre	Mujer	Mujer	TOTAL	TOTAL
2019/2020	90	44.78%	111	55.22%	201	100%
2020/2021	128	41.42%	181	58.58%	309	100%

2.2. Instrumento utilizado para realizar la investigación

El procedimiento seguido ha sido la elaboración de una encuesta lanzada al alumnado a través de Anuncios del UACloud, explicando a los/as

encuestados/as el objetivo perseguido con la misma y en el que se les pide su colaboración. La técnica de encuesta, como instrumento para la recogida de datos, es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz, recoger la mayor cantidad de información posible sobre la utilidad, uso y opinión que tiene el alumnado sobre cómo utilizan ellos/as la herramienta Anuncios de UACloud.

Transcurrido un intervalo de unas dos semanas, y viendo la baja tasa de respuesta, les comunicamos en el aula la presencia de mencionada encuesta, pero sin revelar el contenido de esta. Tras ese comentario en el aula, es cuando el estudiantado accede generalmente al anuncio. Esto ya nos puede dar una primera idea del problema que nosotros queremos estudiar, que la herramienta Anuncios del UACloud no cumple con la función esperada dado que no se está consiguiendo que la información contenida en los anuncios llegue al estudiantado sino es porque se lo comunicamos en el aula.

2.3. Procedimiento

Del cuestionario nos hemos centrado en un grupo de cuatro preguntas dado que consideramos que son las que pueden haber mostrado algún comportamiento diferencial en el curso 2020/2021 con respecto a lo que ocurría en el curso 2019/2020. Las cuestiones son las siguientes:

1. ¿Qué grado de utilidad tiene el entorno de los anuncios generales de UACloud para ti?
 - Exclusivamente para lo que los profesores me indican y para los trámites administrativos con la UA (Prof Admin).
 - Exclusivamente para temas relacionados con los estudios que realizo en la UA (Estudios)
 - Además de para temas de estudio, para obtener información sobre aspectos generales de las actividades formativas de la UA (Est Form)
 - Para estar informado sobre todo tipo de actividades ofertadas por la UA: mis estudios, actividades formativas, deportivas, culturales, etc. (Est Form Otros
2. ¿Qué grado de utilidad tiene el entorno de los anuncios generales?
 - Ninguna utilidad (Ninguna

- Muy poca utilidad. Raramente recibo información útil para mí (Poca adecuada).

- Sólo tiene utilidad en los aspectos relacionados con las asignaturas que estoy cursando (Adecuada)

- Me facilita estar informado/a sobre actividades provechosas para mi formación no exclusivas de las asignaturas que estoy cursando en cada periodo (Moderada)

- Me permite estar informado/a de la oferta de actividades de la UA tanto académicas, como culturales, deportivas, etc. (Alta)

3. ¿Qué opinión te merece la información recibida a través de los anuncios generales que recibes?

- Creo que son necesarios todos los anuncios que recibimos (Necesarios).

- Creo que hay una pérdida de información en relación con los anuncios que son de mi interés por estar metidos entre un elevado número de anuncios que no me interesan (Pérdida).

- Me parece que es elevado el número de anuncios recibidos sobre todo teniendo en cuenta que muchos no son de mi interés porque no son de mi área (Elevado)

- Son tan elevados que no leo ninguno (No leo)

4. ¿Cómo se podría favorecer la lectura de los anuncios?

- Enviando un correo electrónico al alumnado cada vez que se pone un anuncio en el campus virtual, en el que debe figurar un resumen del nuevo anuncio (Mail).

- Permitiendo establecer un sistema de filtros que permita agrupar por temas y, sobre todo, eliminar automáticamente los anuncios que no verifiquen los criterios establecidos por el usuario (Filtro)

- Estableciendo una clasificación predeterminada de anuncios por temas, actividades, etc. Siendo discrecionales únicamente los relacionados con las asignaturas que se están cursando en cada periodo (Clasificación)

- No es necesaria ninguna actuación para favorecer la lectura no los anuncios (Nada)

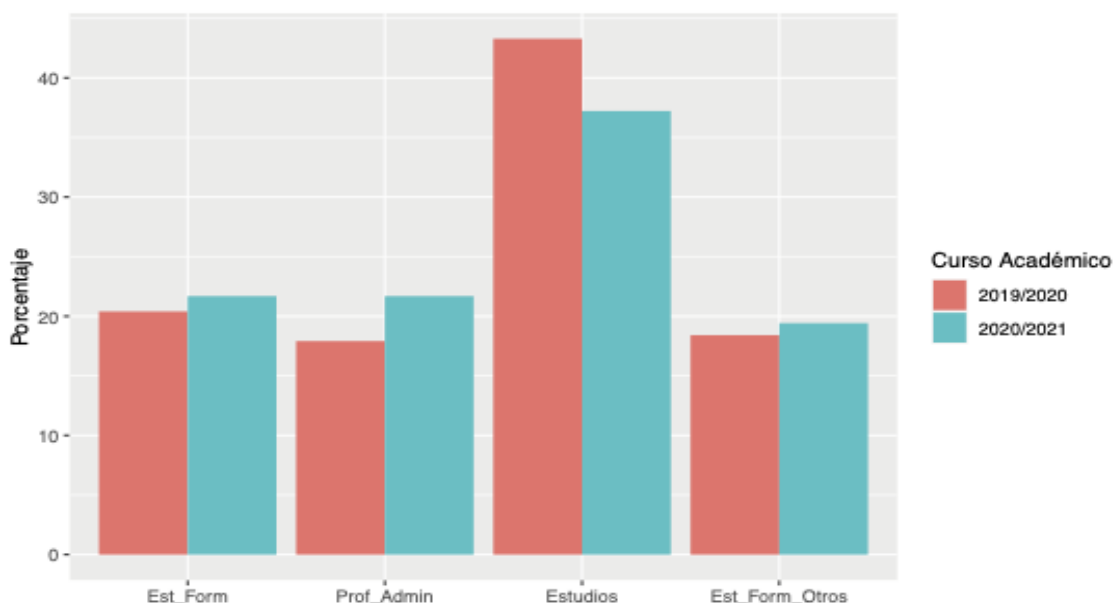
3. Resultados

Antes de empezar con el análisis de algunas de las cuestiones realizadas, se ha podido observar que, en general, se produce un cambio importante durante el curso 2020/21 en el uso que los/las estudiantes le dan a la plataforma UACloud con respecto a los resultados observados durante el curso 2019/20. A continuación pasaremos a analizar los resultados de cada una de las variables en detalle.

3.1. ¿Para qué utilizas el UACloud?

Como se muestra en el Gráfico 1, de forma agregada, para todas las titulaciones analizadas y para todos los cursos, encontramos que el 37,22% de los estudiantes afirman que utilizan exclusivamente UACloud para temas relacionados con los estudios que realizan en la UA. Por otro lado, un 3,77% más del alumnado en comparación con el curso anterior, ha afirmado que utiliza dicha plataforma de manera exclusiva para trámites administrativos con la UA. Además, el porcentaje de estudiantes que hace uso de UACloud para obtener información acerca de actividades formativas u otro tipo de actividades se ha mantenido alrededor de 21% y 19% respectivamente, sin detectarse cambios significativos con respecto al curso anterior.

Gráfico 1. Opinión del alumnado en relación con el uso que le dan al UACloud

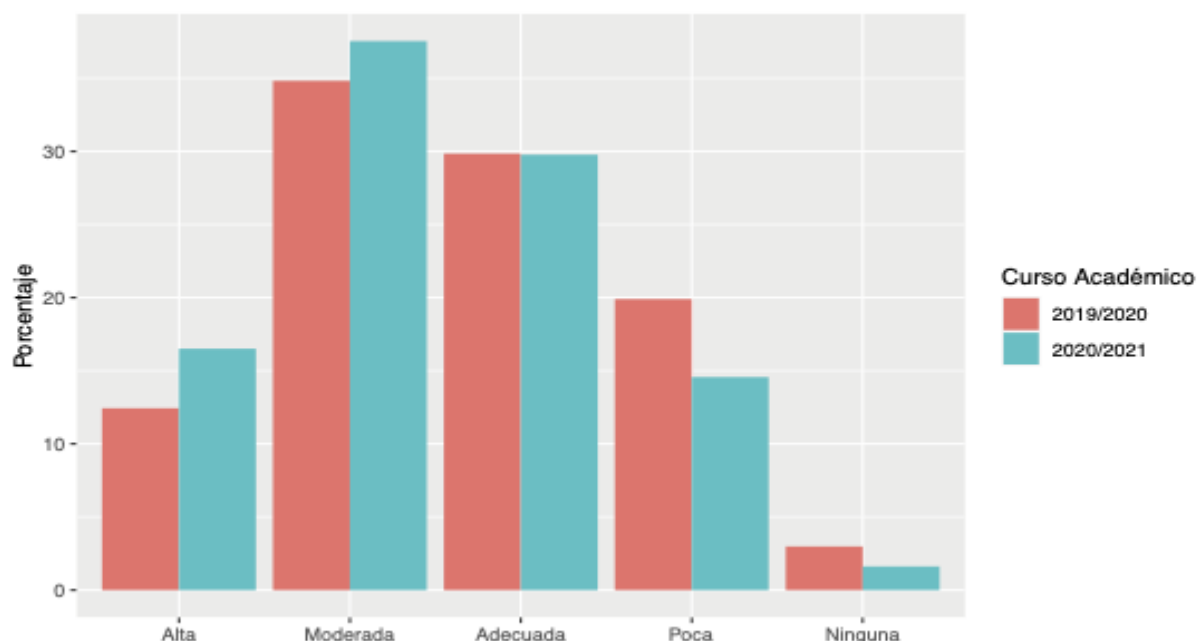


Si desagregamos por cursos, encontramos grandes diferencias en el uso de UACloud entre los cursos 2019/2020 y 2020/2021. El uso de UACloud para temas relacionados con los estudios en la UA ha sufrido una notable caída de casi el 31% entre el alumnado de primer curso. Además, en el curso 2020/2021, el 28,57% de los estudiantes ha afirmado que lo ha utilizado para informarse sobre actividades formativas (en el curso anterior, el uso de la plataforma con este objetivo fue nulo) y un 6,35% más con respecto al curso anterior para informarse sobre otras actividades. Por otro lado, mientras que los resultados obtenidos por parte del alumnado de segundo curso no muestran cambios significativos, sí que podemos encontrar algunas diferencias entre el alumnado de los tres últimos cursos. De nuevo, encontramos una disminución en el uso del UACloud para temas relacionados con los estudios entre el alumnado de tercer (9,17%) y cuarto (9,35%) curso, mientras que entre los alumnos de quinto curso este uso aumenta (28,57% vs 41,18%). También encontramos diferencias en el uso que hace el alumnado del UACloud para recoger información sobre actividades formativas. Entre los alumnos de tercer curso, este uso ha aumentado en más de 6%, mientras que entre los alumnos de quinto curso ha disminuido casi un 11%. Situación contraria es la que encontramos en relación al uso para obtener información sobre otro tipo de actividades donde se muestra una caída entre los alumnos de tercero (7,3%) frente a un aumento entre los alumnos de quinto curso (15,12%). Por último, encontramos un aumento en el uso del UACloud para temas administrativos entre los alumnos de tercer y cuarto curso (10% y 6,62%, respectivamente) mientras que este uso disminuye de manera significativa entre los alumnos del último año (16,81%).

3.2 ¿Qué grado de utilidad tiene el entorno de los anuncios generales de UACloud para ti?

En general, la mayor parte del alumnado encuestado considera como bastante útil la información incluida en los anuncios de UACloud, ya que la información que se les transmite a través de la plataforma de los anuncios generales es la necesaria para el desarrollo de las asignaturas que cursan en ese momento y para realizar otras actividades esenciales para su formación.

Gráfico 2. Opinión del alumnado en relación con el grado de utilidad que tiene el entorno de los anuncios generales de UACloud para el alumnado.



Cuando hacemos una comparativa con el curso anterior, se observa en el curso 2020/2021 un incremento en las respuestas favorable a la utilidad de la información difundida a través de la plataforma anuncios de UACloud. La causa de este aumento se debe al incremento de información que ha generado la incorporación de la docencia a la modalidad online por la pandemia de la Covid-19, ya que ha pasado a ser el principal canal de comunicación de la Universidad con el alumnado.

Las universidades han tenido que realizar cambios en sus formas de gestión y de impartir la docencia para poder adaptarse a la nueva situación provocada por la pandemia y uno de estos cambios que se han realizado en la Universidad de Alicante ha sido la incorporación de etiquetas a los anuncios de UACloud en el curso 2020/2021. Con las etiquetas el alumno tiene una visión más rápida y ordenada de la información que recibe por lo que mejora el grado de utilidad de la herramienta. Luego, la incorporación de esta mejora en los anuncios de UACloud junto al aumento del número de encuestados han motivado este incremento en la utilidad de la información contenida en los anuncios de UACloud.

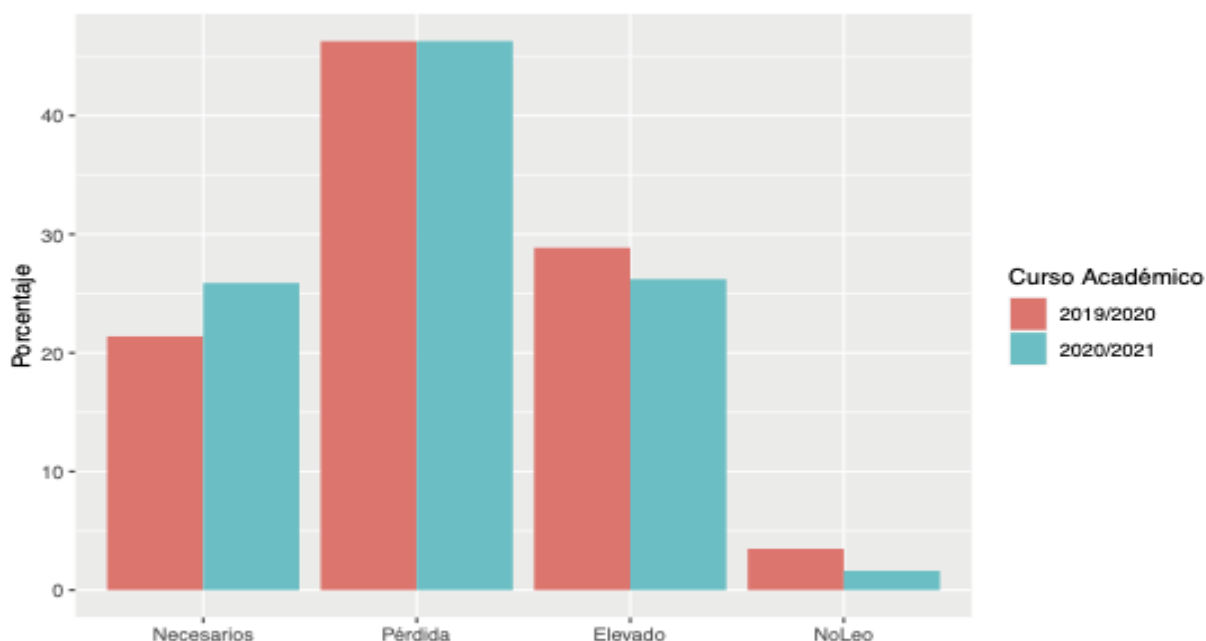
Para el curso 2020/2021 el alumnado de primero y de segundo curso afirma que el grado de utilidad de la información contenida en los anuncios de UACloud sólo es útil para los aspectos relacionados con las asignaturas que están cursando. Sin embargo, cuando comparamos estas respuestas con las respuestas del curso académico anterior, los resultados cambian. Los alumnos encuestados del curso 2019/2020 asignan a los anuncios de UACloud un mayor grado de utilidad ya que además de informarles sobre la docencia les facilita información sobre otro tipo de actividades que también consideran importantes para su proceso de aprendizaje y formación.

El alumnado de cuarto y quinto curso manifiesta una utilidad moderada para el período 2020/2021, mientras que las respuestas del curso 2019/2020 mostraban un grado de utilidad menor (adecuada). De nuevo, la causa de este aumento en el grado de utilidad puede ser debido al impacto de la pandemia de la Covid-19, a las mejoras introducidas en la reclasificación de los anuncios en el curso 2020/2021 que antes hemos comentado y a que una gran parte del alumno se encuentra en el último curso de grado y muestra un mayor interés por otros aspectos relacionados con su futuro profesional.

3.3. ¿Qué opinión te merece la información recibida a través de anuncios generales?

La mayoría de los/las estudiantes encuestados/as (46,28%) perciben que debido al elevado volumen de anuncios que reciben, entre ellos muchos que no les interesan, hay una pérdida de información en relación con los anuncios que sí son de su interés. Seguidamente, los/las encuestados perciben que el número de anuncios recibidos es elevado (26,21%) y casi la misma proporción (25,89%) de estudiantes opina que son necesarios todos los anuncios que reciben, y una minoría (1,62%) afirma no leer ninguno (Gráfico 3).

Gráfico 3. Opinión del alumnado en relación con la información recibida vía anuncios generales del UACloud



Al analizar la evolución temporal, lo más destacable es que en el curso 2020/2021 se produce un aumento significativo respecto al curso anterior, 2019/2020, en el porcentaje de estudiantes que considera necesarios todos los anuncios que reciben, incremento de un 425%, lo que en términos porcentuales se traduce en una variación del 21,04%. Consideramos que estos resultados pueden verse influenciados por la situación causada por la pandemia y por el cambio de docencia presencial a online, donde los anuncios suponen una fuente importante de información y un vehículo fundamental para la transmisión de esta.

Si profundizamos un poco más en el análisis, al desagregar por cursos, se observa que en primer curso se corrobora la tendencia general de que hay una pérdida de información. Sin embargo, cabe destacar que un porcentaje muy significativo de estudiantes (35,71%) opinan que son necesarios todos los anuncios que reciben. Sin embargo, en los dos cursos posteriores (segundo y tercero) se vuelven más selectivos con la información recibida y la percepción cambia. Sigue siendo mayoritaria la respuesta “pérdida”, seguidamente de “elevado”, es decir les parece que el número de anuncios recibidos es elevado ya que muchos no son de su interés por no corresponder a su área de conocimiento. En cuarto curso se observa un cambio en los resultados

obtenidos, siendo la opción “necesarios” la segunda más elegida por los/las estudiantes de este curso, más de un cuarto del total (un 29,41%) considera que son necesarios todos los anuncios que reciben, registrando un notable aumento de 8 puntos porcentuales respecto a los resultados obtenidos en el curso 2019/2020, a la par que se observa una disminución significativa (casi 10 puntos porcentuales) de los/las estudiantes que consideran que la pérdida de información es elevada respecto al curso anterior. Esto como comentábamos en el párrafo anterior puede deberse a que en un entorno de no presencialidad los anuncios han constituido una importante fuente de información valorada positivamente por los/las estudiantes. Finalmente, respecto a los resultados de quinto curso, los resultados muestran que la mayoría de los/las estudiantes indican que el número de anuncios recibidos es elevado, a diferencia de los resultados del curso académico pasado en el cual la mayoría de encuestados respondieron que había una pérdida de información por el elevado volumen de anuncios recibidos.

3.4. ¿Cómo se podría favorecer la lectura de los anuncios?

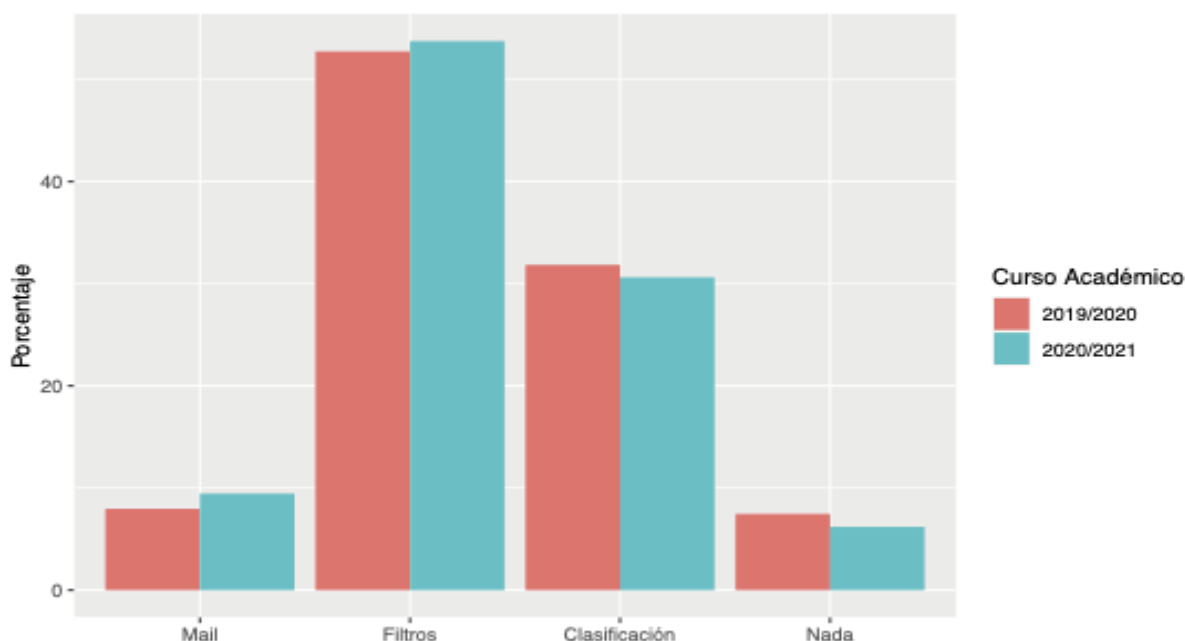
Con el análisis de esta variable se pretende conocer de qué manera, en opinión de los/las estudiantes, se deberían publicar los anuncios en UACloud para estimular la lectura de estos por parte del alumnado.

Como ya se ha comentado en la parte introductoria, la crisis sanitaria de la COVID-19 ha provocado inevitablemente la necesidad de tener que usar con más frecuencia la plataforma UACloud como medio de comunicación alumnado-profesorado. Como consecuencia de esta situación, los anuncios de la plataforma UACloud se han incrementado desmesuradamente. El malestar del alumnado, debido a la gran cantidad de anuncios publicados, determinó que la Universidad de Alicante incorporara en mayo de 2020 una clasificación de los anuncios por grupos según la procedencia. Esta distribución de los anuncios ya fue reivindicada por el alumnado en nuestro trabajo publicado en la Convocatoria 2019/2020 (*Memorias del Programa de Redes-I3CE de calidad, innovación e investigación en docencia universitaria*). Es importante precisar que a pesar de que la división de los anuncios introducida en UACloud esté amparada bajo el

título de “filtros”, realmente es una clasificación por temas/actividades. La clasificación de los anuncios que incorporó la Universidad en UACloud no es una clasificación por filtros en sentido estricto, pues los divide por el lugar de procedencia del anuncio, así existen los anuncios de profesores, de centros, de grupos de trabajo, de otras unidades y del consejo de estudiantes. Una verdadera clasificación por “filtros” debería dar muchas más opciones, por ejemplo, dentro de los anuncios por profesores que indica actualmente UACloud, deberían existir otros subfiltros donde aparecieran los profesores de la titulación que el alumnado está cursando, y así poder elegir aquellos profesores que imparten las asignaturas en que están matriculado cada alumno/a. En definitiva, la opción de los “filtros” implica que cada estudiante tenga una clasificación personalizada de los anuncios de manera que puedan centrarse en aquellos que realmente le interesan, evitando así pérdida de información al ser descartados en muchas ocasiones todos los anuncios por el volumen tan elevado de los mismos.

Tal y como muestra el Gráfico 4, comparando los cursos 2019/2020 y 2020/2021, se desprende que el alumnado considera poco útil que se le envíe un correo electrónico en el que se resume el contenido del anuncio publicado en UACloud. Por otra parte, aumenta el número de encuestados de un curso a otro que valoran positivamente la utilización de “filtros” que permitan eliminar los anuncios que no verifiquen los criterios establecidos previamente por el estudiantado. Asimismo, un importante del alumnado encuestado aumentaría el grado de lectura de los anuncios si se estableciera una clasificación predeterminada por temas y actividades. En resumen, la inmensa mayoría del alumnado considera que una efectiva clasificación de los anuncios por “filtros” es la mejor opción para favorecer la lectura de estos.

Gráfico 4. Opinión del alumnado en relación con cómo se podría favorecer la lectura de los anuncios del UACloud



Ahora bien, cuando analizamos las respuestas de los encuestados por cursos, observamos tanto para el curso 2019/2020 como para el curso 2020/2021, que la clasificación de los anuncios por “filtros” es la opción más importante, especialmente para el alumnado de 4º y 5º curso. Al seguir demandando el alumnado de 4º y 5º curso, que son los que más experiencia tienen en la gestión de la información, la clasificación por “filtros” parece ser que este sistema tendrá que ser objeto de mejora por parte de la Universidad de Alicante, para que permita agrupar los anuncios a través de una mayor subdivisión de las opciones y de este modo eliminar automáticamente los anuncios que no verifiquen los criterios establecidos previamente por el alumnado.

4. Conclusiones

La inmensa mayoría del profesorado utilizamos la herramienta Anuncios pero no sabemos muy bien si dichos anuncios son leídos, son comprendidos, son vistos (a no ser que, como se comentó previamente, sea a través de la interacción alumnado-profesorado en el aula). Este es el motivo que nos lleva a considerar

que es muy pertinente y práctico saber qué opina el alumnado sobre esta herramienta.

En base a los resultados obtenidos se puede concluir que existen diferencias significativas en el uso que hacen los alumnos de UACloud si comparamos los dos cursos académicos. Encontramos que el uso para temas relacionados con los estudios ha sufrido una caída de casi el 31% entre el alumnado de primer curso recogiendo la mayor parte de dicha caída el uso para informarse sobre actividades formativas.

El principal resultado de la encuesta es la constatación de la pérdida de información útil para el alumnado. El principal problema lo tenemos con los anuncios que tienen una procedencia diferente al profesorado y que suelen englobar información de gran relevancia para el estudiantado. Me refiero a los anuncios que llegan de los Centros en los que se les comunican becas, posible prácticas en empresas, etc..y esa, lamentablemente, en muy pocas ocasiones les llega.

Nuestra recomendación es que los responsables de la institución universitaria sigan incorporando posibles mejoras en la estructura de la plataforma UACloud, concretamente en la parte de la herramienta Anuncios, para que cumplan con la finalidad con la que se creó dicho instrumento: lograr una buena comunicación en el triángulo alumnado-profesorado-institución. Como posible alternativa para esta mejora, planteamos la posibilidad de incorporar filtros en la sección Anuncios, de manera que cada estudiante pueda personalizar su búsqueda, haciendo más atractivo el uso de estos para ellos/as. De esta manera, podríamos evitar que el alumnado elimine la totalidad de los anuncios que recibe por considerar que se trata de un número muy elevado con lo que esta actuación conlleva de pérdida de información, fallando por consiguiente la comunicación que es lo que se está buscando con la herramienta Anuncios.

La idea del filtro es que el alumno pueda ir estableciendo una primera selección conforme a sus necesidades e inquietudes. No es algo que se establezca y sea inmutable. Se trata de establecer una especie de menús desplegables, por ejemplo, donde el alumno en cada ocasión filtra de todos los anuncios aquellos que cumplan sus requisitos en ese momento.

Consideramos que de esta manera los alumnos podrán llegar a un nivel de información más amplio, cumpliéndose de una manera más eficaz el objetivo de los anuncios; hacer llegar información al alumnado de su interés, sin que se pierda por el camino. Lo importante es encontrar los mejores mecanismos para que los estudiantes del futuro, el inmediato también por supuesto, cuenten con lo mejor de cada sistema para una formación más amplia, motivadora, flexible y, por qué no decirlo, más cómoda.

5. Tareas desarrolladas en la red

Se enumerará cada uno de los componentes y se detallarán las tareas que ha desarrollado en la red.

Participante de la red	Tareas que desarrolla
SONIA SANABRIA GARCÍA	<ul style="list-style-type: none">- Revisión del cuestionario enviado al alumnado.- Seguimiento y motivación al alumnado, con diferentes anuncios y explicaciones, sobre la necesidad de su participación en la encuesta.- Redacción de parte de la memoria, en coordinación con los compañeros de la red.- Concretar la parte estadística de los datos para tratamiento en el programa R-Studio.- Distribución y supervisión de tareas realizadas para el desarrollo de la red.

<p>RAÚL IÑIGUEZ SÁNCHEZ</p>	<p>Preparación de la encuesta en Moodle. Posteriormente, depuración y tratamientos de los datos resultantes de la encuesta para darle fiabilidad a los resultados. Exportar datos a hoja de Excel.</p>
<p>JOAQUÍN TORRES SEMPERE</p>	<p>Programar la parte estadística. A partir de la Excel elaborada, importar los datos a R-Studio para el desarrollo del análisis descriptivo de datos así como elaboración de gráficos.</p>
<p>CRISTINA BAÑÓN CALATRAVA</p>	<p>Preparación de las cuestiones de la encuesta y posterior revisión antes de ser lanzada.</p> <p>Análisis de los resultados de una de las preguntas de la encuesta y la redacción de los mismos.</p>
<p>PASCUAL GARRIDO MIRALLES</p>	<p>Preparación de las cuestiones de la encuesta y posterior revisión antes de ser lanzada.</p> <p>Análisis de los resultados de una de las preguntas de la encuesta y la redacción de los mismos.</p>
<p>CRISTINA MARTÍNEZ SOLA</p>	<p>Preparación de las cuestiones de la encuesta y posterior revisión antes de ser lanzada.</p> <p>Análisis de los resultados de una de las preguntas de la encuesta y la redacción de los mismos.</p>

<p>ANA MOL GÓMEZ-VÁZQUEZ</p>	<p>Preparación de las cuestiones de la encuesta y posterior revisión antes de ser lanzada.</p> <p>Análisis de los resultados de una de las preguntas de la encuesta y la redacción de los mismos.</p>
<p>FRANCISCO POVEDA FUENTES</p>	<p>Preparación de las cuestiones de la encuesta y posterior revisión antes de ser lanzada.</p> <p>Análisis de los resultados de una de las preguntas de la encuesta y la redacción de los mismos.</p>

6. Referencias bibliográficas

Bañón, C., Garrido, P., Mol, A., Iñiguez, R., Martínez, C., . . . Torres, J. (2020). Efectividad y utilidad de los anuncios en la plataforma UACloud para nuestro alumnado. En I. d. Alicante (Ed.), *Memorias del Programa Redes-I3CE de calidad, innovación e investigación en docencia universitaria* (págs. 101-108). Alicante: J.M. Antolí & R. Díez (Eds).

Casero-Ripollés, A. (2012). Beyond newspapers: News consumption among young people in the digital era. [Más allá de los diarios: El consumo de noticias de los jóvenes en la era digital]. *Comunicar*, 20, 151-158. <https://doi.org/10.3916/C39-2012-03-05>

Martínez-Costa, M., Serrano-Puche, J., Portilla, I., & Sánchez-Blanco, C. (2019). Young adults' interaction with online news and advertising. [La interacción de los jóvenes adultos con las noticias y la publicidad online]. *Comunicar*, 59, 19-28. <https://doi.org/10.3916/c59-2019-02>